



mieux
choisir

Un anniversaire ça se fête!



ans

Moins choisir pour mieux choisir: plaidoyer pour la sobriété

MARLYNE SAHAKIAN

Difficile d'imaginer que nos modes de consommation actuels puissent rester identiques sur une planète en situation de crise climatique – un futur alarmant. Et si les changements nécessaires étaient là pour le meilleur et non pas pour le pire ?

Pour imaginer le futur, il est nécessaire de prendre le but à atteindre comme point de départ: le bien-être durable de la société. La prospérité ne serait plus comptabilisée en termes économiques et matériels. Le bien-être serait défini par notre capacité à répondre à des besoins fondamentaux, au-delà de se nourrir, d'avoir un toit ou une vie décente minimale. La nécessité de se sentir en sécurité, libre de s'exprimer, de contribuer à l'essor de nos sociétés est aussi essentielle au développement en tant que personne. Il s'agit là d'une forme de prospérité et de justice sociale non pas basée sur l'acquisition forcenée de biens, mais qui se focalise sur le bien-être dans un monde de ressources naturelles limitées.

La notion de contraintes, en termes de ressources naturelles et de capacité du système Terre à garder en équilibre les cycles essentiels à la vie, est à prendre au sérieux. Il est nécessaire de parler de limites. A ce titre, l'image de «couloirs de consommation» est appropriée car elle implique des limites, supérieures et inférieures, entre lesquelles nous sommes libres de choisir. Penser des limites inférieures est acceptable: on reconnaît que chacun a besoin d'un accès minime à des nutriments pour s'alimenter ou à de l'énergie pour se chauffer, par exemple. Mais on peine à accepter des limites supérieures, car la notion de consommation individuelle soi-disant «libre» est considérée comme acquise. Nous acceptons pourtant assez bien les contraintes

« Le but de la recherche est de tisser les liens entre la gestion des ressources, les gestes du quotidien et l'équité sociale. »

de vitesse sur les routes établies pour notre bien. Pourquoi ne pas en envisager pour l'humanité et la planète? C'est bien le mythe du choix libre et sans limites du consommateur que nous devons contester. Il reflète aussi une surindividualisation des responsabilités écologiques.

Le lien entre climat et activités humaines, dont nos actes de consommation, doit aussi être clarifié. Depuis des années déjà, trois domaines sont reconnus en Europe comme les plus significatifs pour contribuer au réchauffement climatique: les formes de mobilité à base d'énergie fossile, la consommation de viande, surtout bovine, et de produits laitiers, la consommation énergétique de nos bâtiments, principalement pour les chauffer en hiver. On pourrait agir en renonçant à la voiture, en passant en mode végétarien ou en baissant le thermostat. Mais changer nos modes de consommation est un processus beaucoup plus complexe. Certains consomment déjà peu et ne voient pas forcément le lien entre fin du mois et fin du monde. D'autres sont des superhéros écologiques par leurs démarches individuelles. Nous nous devons de reconnaître et d'amplifier ces bons exemples, mais pour l'instant aucun mouvement de masse n'est perceptible.

La consommation n'est pas un acte rationnel. C'est une manière de faire sens dans nos vies, de partager des moments avec d'autres, de communiquer quelque chose sur qui nous sommes, de ressentir



Marlyne Sahakian

**Sociologue
de la
consommation,
Université de
Genève.**

et de vivre des expériences. La consommation est aussi routinière et contrainte par les infrastructures existantes, le système économique en place et des ressources individuelles.

Imaginer qu'on puisse simplement mieux informer des particuliers pour arriver à de «meilleurs comportements» ou proposer des incitations financières pour réduire la consommation est réducteur. Si on cherche à baisser la consommation énergétique des ménages en proposant des gains monétaires, cela aura peu d'effet. Une étude que nous avons menée en Suisse romande en atteste: peu de personnes connaissent le montant de leur facture d'électricité. Nous utilisons des services pour nous chauffer, nous éclairer ou communiquer. Mais l'énergie n'est pas significative en tant que telle, contrairement au confort, à la santé, la sécurité, la convivialité, ou encore au bien-être qu'elle procure.

De plus, même en étant informés, les individus n'entreprennent pas de réduire leur impact dans les domaines les plus pertinents. Utiliser le vélo pour aller au travail fait sens, mais certains ne renoncent pas pour autant à l'avion pour les vacances – nous ne sommes pas toujours cohérents. Nous avons aussi l'impression de faire juste dans certaines activités, de ne pas vouloir ou pouvoir mieux faire, et les

injonctions moralistes ne font qu'accroître le sentiment d'impuissance.

L'information peut aussi être contre-productive, car les messages que nous recevons sont divers et parfois divergents. Dans une étude sur l'alimentation saine et durable en Suisse, nous avons recensé plus d'une centaine de labels sur les denrées. Aller au supermarché et faire un «choix» durable est devenu un exercice intellectuel assidu! Une participante à l'étude l'a exprimé ainsi: «Trop de choix tue le choix.» Une série de prescriptions guident notre conduite, par exemple la notion de «manger équilibré». Cette notion renvoie à la pyramide alimentaire qui définit les portions des différents types de produits. Ainsi, il faudrait manger plus de légumineuses pour moins de protéines. Mais d'autres prescriptions se chevauchent: il faudrait manger bio et local. Du coup, est-il préférable de manger un avocat bio issu du commerce équitable d'Amérique latine, ou faut-il privilégier des tomates «de la région» qui poussent hors sol et sous serre? On le voit, ces prescriptions multiples pour plus de durabilité sont parfois difficiles à concilier au quotidien.

Le temps qu'on accorde à diverses tâches va aussi rythmer nos manières de faire et peut représenter une contrainte plus importante que l'argent. En Suisse, où le travail domestique reste principalement genré

féminin, les actions dites «durables», telles que préparer des repas bio et de saison, peuvent aussi contribuer à alourdir le fardeau quotidien des femmes.

Une manière d'avancer serait de reconnaître le lien entre nos pratiques sociales et la consommation durable et de prendre le temps de repenser nos habitudes, mais aussi les normes qui les sous-tendent. A ce titre, nous avons mené un projet de recherche-action avec 300 ménages dans huit pays européens, dont la Suisse. A Genève comme ailleurs, nous avons invité 36 ménages à participer à un défi: réduire la température ambiante à 18°C sur quatre semaines en automne-hiver, et diviser par deux le nombre de cycles de lessive. Une grande importance a été accordée à la phase de délibération. Nous avons discuté ensemble des normes sociales autour du «propre en ordre» et des standards de confort thermique. Doit-on systématiquement laver les vêtements une fois portés, ou peut-on envisager plutôt de les aérer et de gagner ainsi du temps?

A la suite de ce défi, tous les ménages européens participants ont réduit la température ambiante de 1°C et supprimé un cycle de lessive hebdomadaire sans impact sur le sentiment de confort et de propreté. Un grand nombre a atteint des réductions bien plus importantes, réductions qui ont été maintenues au-delà du défi et sans aucun changement technique. Il est donc possible de satisfaire nos besoins

en consommant moins. De questionner les habitudes, le «normal» et le «sans limites». De tendre vers la «sobriété» et donc de repenser nos sociétés pour les tourner vers le bien-être durable. Cela passe par des choix collectifs: dans les modes de déplacement, de consommation alimentaire et d'habitation, pour reprendre les trois axes prioritaires. Nous avons voté pour des voies cyclables, qui pourraient se traduire en pistes sécurisées pour ceux qui peuvent se déplacer ainsi. Des initiatives volontaires émergent pour réduire, voire stopper, les déplacements en avion. Des habitations coopératives se développent, où l'on réduit l'espace privé et les places de parc pour créer des espaces communs, tels que chambres d'invités ou salle des fêtes. Les initiatives pour soutenir la production et la consommation de produits locaux et de saison se multiplient. Que ça soit par l'organisation ou la votation citoyenne, ces actes collectifs en amont font que la durabilité coule de source. Ces formes de consommation repensées contribuent aussi à satisfaire nos besoins fondamentaux, comme se sentir en sécurité ou participer au développement de nos sociétés. Mais, à titre individuel, il faut soutenir ces initiatives, se mobiliser et prendre le temps de s'y mettre.

Faire moins de choses, acheter moins d'objets, moins choisir pour mieux consommer - car les choix individuels seront précédés de choix collectifs. ●

Ecogestes

Un défi pour changer ses habitudes

Choc pétrolier oblige, certains se souviennent encore des quelques dimanches sans voiture de 1973. Une manière, déjà, de se réapproprier l'espace public et de (re)découvrir d'autres formes de mobilité.

Désormais avec les réseaux sociaux, c'est tous les jours que des défis sont proposés. Pour se rendre compte de ce qui relève des gestes routiniers ou des idées bien ancrées, rien de tel que de changer ses habitudes pour une courte période... et d'y adhérer de manière pérenne si l'exercice s'avère concluant.

Sur ce point, Genève s'est révélé être un terrain fertile. Citons le défi «Un mois, une tonne» du collectif des Ecocinelles en 2016. L'expérience a sollicité une trentaine de familles qui ont réfléchi à leurs achats courants et infléchi le volume de leurs déchets.

Dans le même ordre d'idée, quinze Romands - dont Catherine Aymon et Sarah Duvillard - ont accepté, en 2017, de porter leur jeans un mois sans jamais le passer en machine. Une expérience originale et un peu choc pour prendre conscience

que de laver ses vêtements trop fréquemment était inutile.

La FRC, de son côté, a tenté le mois sans supermarché. L'occasion d'intégrer les circuits courts, ainsi que les produits locaux et de saison dans les courses hebdomadaires. LJ



Aude Hignani