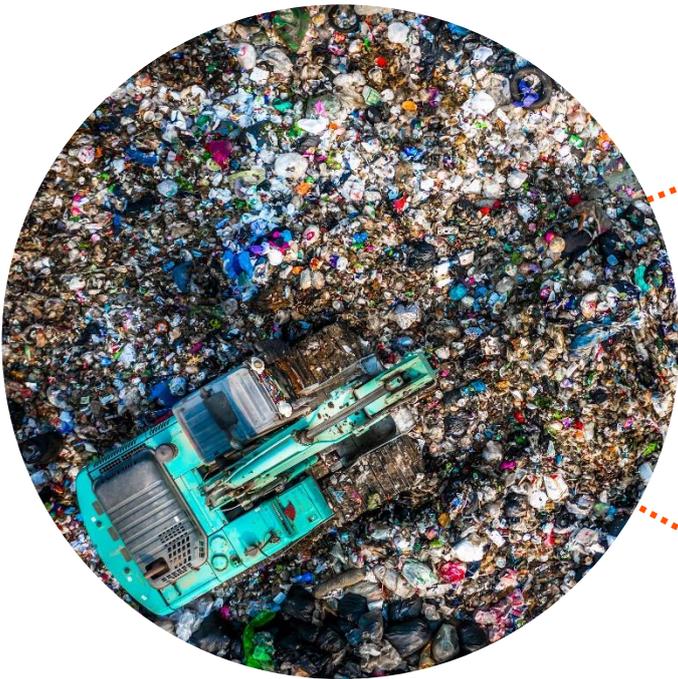


# LA CONSOMMATION DURABLE



## SOMMAIRE

Introduction .....	2
Le défi de la durabilité .....	2
La surconsommation : un problème croissant .....	3
Évoluer vers une économie circulaire à faible consommation énergétique.....	4
Le rôle du consommateur .....	4
1. Les choix que nous faisons .....	5
2. La manière dont les consommateurs utilisent des produits et services.....	5
3. Comment les consommateurs éliminent/réutilisent les produits .....	7
4. Un appel au changement .....	9
Ce dont le consommateur a besoin.....	9
Le rôle des associations de consommateurs .....	10
La journée mondiale des droits des consommateurs.....	11

## INTRODUCTION

Il est urgent d'entreprendre des actions radicales contre la crise mondiale née du changement climatique et de l'appauvrissement de la biodiversité. Pour cela, nous devons réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES), le volume de nos déchets et l'exploitation des ressources dans l'ensemble des secteurs.

En tant que mouvement de consommateurs, nous pouvons apporter une valeur particulière en nous focalisant sur les secteurs dans lesquels les consommateurs sont les utilisateurs finaux, où se créent les lois et pour lesquels les associations de consommateurs disposent de l'expérience, de l'expertise, de la légitimité et de l'espace pour agir – ces deux principaux secteurs étant l'énergie et l'alimentation. C'est aussi là que le mouvement des consommateurs peut avoir l'impact le plus important.

Ce briefing porte sur le rôle du consommateur dans la construction du changement et contribuer à construire un modèle de consommation circulaire et plus durable.

## LE DÉFI DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

À l'heure actuelle, nous sommes enfermés dans un modèle basé sur les combustibles fossiles, avec un degré élevé de gaspillage, qui associe la croissance à l'utilisation des ressources. Il est essentiel de faire évoluer ce modèle de consommation, en faisant en sorte qu'il encourage – plutôt qu'il n'entrave – les progrès en matière de lutte contre la pauvreté, la faim, les inégalités ainsi que de santé et de logement. Ces problèmes affectent les communautés du monde entier, même si c'est dans les pays du Sud qu'ils se font le plus ressentir... tout comme les impacts du changement climatique.

### Des engagements mondiaux

Les dirigeants du monde entier se sont rassemblés pour faire face à la crise climatique et à l'appauvrissement de la biodiversité. Parmi ces engagements mondiaux, voici les plus importants :

- [Les objectifs climatiques \(Paris 2015\)](#) – L'accord de Paris vise à maintenir l'élévation de la température globale en dessous de 2 °C de plus par rapport aux niveaux pré industriels au cours de ce siècle, tout en s'efforçant de limiter l'augmentation de la température à seulement 1,5 °C.
- [Les objectifs de développement durable \(ODD, 2030\)](#) – Les ODD sont un ensemble ambitieux de 17 objectifs mondiaux visant 2030, qui définissent un nouveau paradigme du développement économique et social. Ils comprennent de nombreux objectifs liés aux enjeux environnementaux.

Cependant, nous allons probablement [manquer tous les objectifs de développement durable](#) ainsi que ceux [de l'accord de Paris](#). Pour changer cela, il faut de la rapidité, une action multilatérale et un effort mondial intensif.

### Qu'est-ce que la consommation durable ?

La consommation durable consiste à accroître l'efficacité des ressources et le commerce équitable tout en contribuant à atténuer la pauvreté et permettre à chacun de profiter d'une bonne qualité de vie, avec un accès à l'alimentation, à l'eau, à l'énergie, à la santé et plus encore.

Elle va non seulement nous aider à faire en sorte qu'un monde existe encore pour les générations futures, mais apporte également des bénéfices immédiats. Par exemple, encourager les consommateurs à se détourner [des combustibles de biomasse dangereux et de mauvaise qualité](#) va non seulement bénéficier à l'environnement, mais aussi à la santé.

### Une transition juste

Cette transition vers un modèle économique plus durable peut se faire de façon équitable ou inéquitable. En plus de préserver nos ressources naturelles essentielles, nous sommes convaincus que toute transition doit également s'accompagner de justice sociale, d'une affirmation des droits de l'homme et d'une réponse aux besoins des personnes.

Tout système futur doit proposer des prix équitables, des produits sûrs et de qualité supérieure, un accès libre, ainsi que le respect de la dignité humaine et de la vie privée, dans le respect des droits et besoins fondamentaux des consommateurs.

**« Les citoyens britanniques sont persuadés qu'ils nous envoient leurs déchets pour être recyclés, alors qu'ils finissent en réalité en décharge. »**  
Yeo Bee Yin, ministre de la Malaisie.

Il ne doit comprendre ni mécanisme inéquitable, ni incitation injuste, ni option punitive, mais doit au contraire englober et motiver les consommateurs, faisant de la durabilité le choix le plus simple et le plus équitable. Ne pas travailler dans ce sens augmenterait le risque d'un retour de bâton à l'encontre des efforts de durabilité et laisserait le consommateur à la traîne.

## LA SURCONSOMMATION : UN PROBLÈME CROISSANT

Si tout le monde vivait [de la même manière qu'un européen de l'Ouest moyen](#), nous aurions besoin de trois planètes pour survivre, et de cinq avec un mode de vie américain.

À mesure que les populations des économies émergentes voient leur revenu disponible croître, la demande pour les biens de consommation augmente, pesant encore davantage sur les ressources de la planète. Le [Jour du Dépassement](#), le jour de l'année où nous consommons l'ensemble des ressources que la planète est capable de régénérer en un an, a lieu de plus en plus tôt. En 2019, il a eu lieu le 29 juillet. Nous devons tous réduire nos volumes de consommation et changer la manière dont nous consommons.

## ÉVOLUER VERS UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE À FAIBLE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

Une réponse au problème de la surconsommation consisterait à évoluer vers [un modèle d'économie circulaire](#). Il s'agit de s'éloigner du modèle « extraire, fabriquer, éliminer » pour se diriger vers un autre, dans lesquels les déchets sont intégrés au système, qui fait appel à la réutilisation et à la régénération. En d'autres termes, nous devons utiliser moins de ressources et avec plus d'efficacité, ainsi que concevoir des produits qui peuvent être réparés, réutilisés ou remis en état.

S'il est utilisé, ce modèle contribuerait à réduire le changement climatique et inverser le mouvement d'appauvrissement de la biodiversité. Nous avons déjà de bons exemples de sociétés qui sont passées à ce modèle. C'est notamment le cas de [Timberland, qui fabrique des chaussures à partir de pneus recyclés](#) ou encore de DyeCoo, qui a développé une méthode [de teinture des tissus sans eau, ni produits chimiques](#) à l'exception des teintures elles-mêmes.

**« Déconnecter la croissance économique de la consommation de ressources est l'un des défis les plus complexe et pourtant essentiel auquel l'humanité est aujourd'hui confrontée. »**

Rapport du secrétaire général, [Rapport 2018 sur les objectifs de développement durable](#)

## LE RÔLE DU CONSOMMATEUR

Tout autour du monde, les personnes commencent à saisir l'urgence de la crise environnementale et [la voient comme l'une des menaces principales pour leur pays](#) ; une perception qui a considérablement pris de l'ampleur depuis 2013.

Les consommateurs sont une composante essentielle de tout système de production et de consommation, et sont indispensables pour qu'un changement puisse réussir.

Les choix que nous faisons en tant que consommateurs sont autant d'opportunités pour influencer le monde qui nous entoure – une force positive. Les choix de produits et de services, la manière dont il les utilise, ce qu'il en fait au terme de leur cycle de vie ou encore le fait de militer pour l'évolution de la chaîne logistique et de la réglementation sont pour le consommateur autant de moyens fondamentaux d'influencer le monde qui l'entoure.

Cependant, même en tant que groupe économique puissant au sein du modèle actuel, le consommateur ne dispose pas toujours de la capacité d'influencer le système à l'échelle qui serait nécessaire. Comprendre et débloquer la capacité du consommateur à influencer davantage le système contribuera à une évolution plus rapide et plus significative.

**Pour atteindre les objectifs, tout le monde doit faire sa part : les gouvernements, le secteur privé, la société civile et les individus tels que vous et moi.**

**Un système** désigne l'ensemble des éléments d'une industrie, qu'il s'agisse de la production, de la vente au détail, de la consommation ou de l'élimination. Il définit les interconnexions entre les différents points et donne un aperçu de l'ensemble du processus.

## 1. Les choix que nous faisons

La demande pour des produits durables augmente, en particulier auprès des jeunes consommateurs. [Une étude mondiale](#) affirme que 66 % des consommateurs se disent prêts à payer davantage pour des marques durables.

Cependant, plusieurs recherches ont révélé que la part d'achat réelle en produits durables représente plutôt entre 20 à 30 % ([ici](#) et [ici](#)).

De manière générale, la durabilité n'est pas le choix le plus simple pour le consommateur. Elle exige davantage d'efforts de sa part, l'obligeant à faire des recherches pour identifier le bon achat, à changer son comportement ou à payer davantage.

Le pouvoir du choix du consommateur s'étend au-delà de l'achat en lui-même : en appelant à une meilleure infrastructure autour de nos achats durables, nous encourageons encore davantage l'adoption de tels produits. Par exemple, en achetant une bouteille d'eau réutilisable, le consommateur invite son gouvernement ou ses entreprises locales à fournir de l'eau gratuite pour la remplir. À mesure que davantage de lieux offriront de l'eau gratuitement, davantage de personnes se tourneront vers les bouteilles d'eau réutilisables. Le consommateur est un rouage puissant de l'économie circulaire.

Il est nécessaire d'abattre les barrières qui l'empêchent d'opter pour les choix durables, qu'il s'agisse de questions d'accès, de prix abordables ou de réponses aux besoins.

## 2. La manière dont les consommateurs utilisent des produits et services

### Énergie

L'accès à l'énergie est l'un des principaux moteurs de la croissance inclusive, mais sa production et son utilisation contribuent aussi de manière significative aux émissions de gaz à effet de serre et au changement climatique.

Dans de nombreux endroits de la planète moins développés sur le plan économique, les gens n'ont pas accès à l'énergie. [En Afrique, par exemple, seul un peu plus de 40 % de la population y a accès](#) et [à l'échelle mondiale, près de 3 milliards de personnes dépendent de combustibles fossiles dangereux pour la santé](#).

L'incertitude sur l'approvisionnement et les prix, en particulier dans les régions fortement dépendantes des importations d'énergie ou soumises à un risque important de conditions météorologiques extrêmes, reste un enjeu critique.

La part des énergies renouvelables augmente cependant (7,9 % en 2018), et [un tiers de la capacité mondiale se base désormais dessus](#).

Pour autant, pour le consommateur, passer aux énergies renouvelables peut s'avérer dantesque.

Le consommateur doit disposer d'un accès plus facile à une source d'énergie sûre, durable et abordable, et disposer également d'informations sur les moyens qui lui permettent de réduire sa consommation.

**Les ménages consomment 29 % de l'énergie mondiale et contribuent par conséquent à 21 % des émissions de CO<sub>2</sub> qui en résultent.**

**Les Nations Unies**



**Consumentenbond**, notre membre néerlandais, diriger un collectif sur l'énergie, dans lequel les consommateurs se rassemblent de façon à peser plus lourd dans les négociations. Les producteurs d'énergie ont répondu à un appel d'offre de ce collectif, et le prestataire gagnant s'est engagé à fournir une énergie à 100 % verte et européenne.

Notre membre yéménite a fait campagne en faveur de l'utilisation en toute sécurité des systèmes à énergie solaire en vue de résoudre les problèmes énergétiques auxquels les consommateurs ont été particulièrement confrontés au cours de la crise au Yémen.

### Alimentation

Les systèmes alimentaires contribuent [à hauteur de 37% à l'émission de gaz à effet de serre à l'échelle globale](#). La production alimentaire, et en particulier l'élevage, consomme énormément d'énergie et entraîne [la déforestation, l'émission de gaz à effet de serre et un usage excessif d'eau. 60 % des plastiques que nous utilisons](#), dont la plupart proviennent de l'industrie alimentaire, finissent leur vie dans des décharges ou dans l'environnement. L'agriculture et l'élevage jouent un rôle important dans la perte de biodiversité du sol et la diversité génétique des espèces végétales et animales. Sur les 6 000 espèces de plantes cultivées pour l'alimentation, [neuf représentent à elles seules 66 % de la production agricole totale](#). Ces enjeux sont exacerbés par le fait que d'ici à 2030, la planète devra nourrir 1 milliard d'habitants supplémentaires.

Le consommateur peut jouer un rôle en consommant des produits de saison et locaux, avec moins de produits d'origine animale et en se tournant vers des producteurs qui utilisent des pratiques plus durables. Par exemple, [un régime à base de fruits et légumes permet de réduire l'utilisation des terres de 76 % par rapport à un régime à base de viande](#). Remplacer la viande que nous consommons par des sources de protéines alternatives est donc une façon de promouvoir la durabilité. Pourtant, la consommation de viande augmente dans certaines régions du monde et devrait notamment [croître de 78 % en Asie d'ici à 2050](#) (bien qu'elle ne fasse que rejoindre les [niveaux de consommation en Amérique du Nord](#)).

**En menaçant la stabilité du climat et la résilience des écosystèmes, la production alimentaire mondiale constitue le principal moteur de la dégradation de l'environnement et du dépassement des limites de notre planète.**

Eat Forum, [Food Planet Health](#)

En Gambie, la CPAG a formé les consommateurs aux aliments respectueux de l'environnement et les a sensibilisés aux effets des pesticides agricoles sur la santé et la nature.

En Espagne, l'OCU a mené une campagne d'éducation des consommateurs sur le gaspillage alimentaire et la consommation saisonnière, qui a atteint 19 600 personnes. L'OCU a créé des supports promotionnels tels que des dépliants, des jeux, des suggestions de recettes pour réutiliser les restes et des calendriers indiquant quels fruits, légumes et poissons consommer selon la saison.

### 3. Comment les consommateurs éliminent/réutilisent les produits

En moyenne, nous générons 0,74 kg de déchets par jour, soit à peu près le poids de deux boîtes de conserves pleines. Les pays à revenus élevés (16 % de la population mondiale) génèrent à eux seuls 34 % de ces déchets.

- Le volume mondial de déchets devrait atteindre 3,4 milliards de tonnes d'ici à 2050, soit plus du double de la croissance démographique sur la même période.
- 30 à 40 % des aliments produits à travers le monde sont perdus ou gaspillés.
- À l'échelle mondiale, seuls 9 % de l'ensemble du plastique produit est recyclé, tandis que 79 % se retrouve dans des sites d'enfouissement, des décharges ou l'environnement, et 12 % est incinéré.



[La Banque Mondiale](#)

### Déchets électroniques, ou « e-déchets »

[50 millions de tonnes de déchets électroniques sont produits chaque année](#), un chiffre qui devrait monter à 120 millions d'ici 2050. Les déchets électroniques libèrent un certain nombre de produits chimiques fortement toxiques, qui affectent aussi bien les lieux où ils sont stockés que les personnes responsables de leur traitement. Récemment, des chercheurs ont découvert que [les œufs de poules d'Agbogbloshie, une zone de la capitale du Ghana, Accra](#) – où les habitants démontent les déchets pour récupérer les métaux – contenaient entre autres des taux de dioxine 220 fois supérieurs aux limites légales imposées par les autorités européennes de sécurité des aliments.

En traitant nos e-déchets avec plus d'efficacité, nous éliminerions non seulement des polluants importants de l'environnement, mais nous pourrions également récupérer une partie de la valeur matérielle de nos appareils usagés. [À l'échelle mondiale, cela représenterait 62,5 milliards de dollars.](#)

**« On imagine difficilement ce que représentent ne serait-ce que 50 millions de tonnes. Et pourtant, c'est l'équivalent de 4 500 tours Eiffel, de quoi couvrir un espace de la taille de Manhattan... et on ne parle que des e-déchets créés en un an. »**

Blog pour le Weforum, par : Guy Ryder, Directeur Général, Organisation Internationale du Travail (OIT)  
Houlin Zhao, Secrétaire Général, Union Internationale des Télécommunications (UIT)

**En Italie, Altroconsumo a demandé à 200 consommateurs qui étaient sur le point de remplacer leurs anciens appareils électroniques d'y fixer un traceur GPS.**

Altroconsumo a ainsi découvert que contrairement à ce que pensaient ces consommateurs, qui étaient persuadés de les éliminer de façon responsable, 40 % des produits traqués n'ont pas été transportés jusqu'aux sites de recyclages adaptés. Cette étude a apporté une preuve supplémentaire que des contrôles plus rigoureux sont nécessaires en matière d'élimination des déchets électroniques. Altroconsumo est à présent en discussions avec le Ministère de l'environnement afin de travailler ensemble à une solution.

**Au Mexique, la CEJ a inscrit la dégradation de l'environnement et l'agriculture bio à l'ordre du jour du débat public.** Grâce à une série d'émissions radiophoniques et d'ateliers scolaires, la CEJ a pu aider les consommateurs et les producteurs à comprendre ensemble qu'aucune production bio significative ne serait possible à Guadalajara aussi longtemps que la question de la pollution de la rivière Santiago ne serait pas résolue. L'association mexicaine est parvenue à négocier avec les écoles locales en vue d'organiser des ateliers et des débats dans près de 20 établissements élémentaires et secondaires du bassin hydrographique supérieur de la rivière Santiago, sur le thème de cette initiative, auprès des étudiants et des professeurs.

#### 4. Un appel au changement

[73% des consommateurs](#) affirment qu'ils n'hésiteraient pas à changer leurs habitudes de consommation afin d'atténuer leur impact environnemental, mais il reste un certain nombre d'obstacles sur la route : prix, accès, surcharge d'information. Les consommateurs peuvent appeler à abattre ces obstacles, en exigeant davantage de transparence sur la chaîne d'approvisionnement, ou encore en faisant pression sur les gouvernements pour mettre en œuvre des législations ou des incitations à de meilleures pratiques. Les consommateurs sont déjà très actifs sur les questions liées à l'environnement, par exemple par des [grèves pour le climat](#) et le [boycott de marques non durables](#), et ces actions ont un énorme potentiel pour l'avenir.

### **CE DONT LE CONSOMMATEUR A BESOIN**

Pour rendre ces choix environnementaux que nous devons tous faire possibles, le consommateur a besoin d'accès et d'informations. En coulisse, il doit également exister une infrastructure qui corresponde aux engagements pris par les consommateurs. Il faut que la consommation durable soit le choix le plus facile.

Nous devons travailler à éclaircir la confusion qui règne autour des achats durables en nous assurant que les producteurs, les revendeurs et les décideurs politiques font tout ce qu'ils peuvent pour assurer la sécurité, la durabilité et l'efficacité en ressources des produits, avant de fournir des informations claires et fiables qui guideront le choix du consommateur.

#### Nouvelles technologies

Nous faisons face à des défis majeurs et nous aurons besoin de nouvelles technologies pour nous aider à les relever. La technologie peut nous aider à soutenir une consommation durable, par

exemple :

- En créant des alternatives à la viande cultivée en laboratoire ou à base de plantes
- Par des compteurs électriques intelligents qui surveillent la consommation d'énergie à l'échelle de l'individu comme de la ville
- Des véhicules électriques
- Des capteurs de l'IdO qui aident les producteurs d'énergie à [réduire les émissions \(et éliminer le gaspillage de gaz commercialisable dans le même temps\)](#).

## LE RÔLE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

Les associations et le mouvement de protection des consommateurs peut jouer un rôle important dans la construction d'un monde plus durable.

La protection et l'émancipation du consommateur sont toujours liés à l'établissement d'un environnement sain et durable, d'une répartition équitable des ressources et de systèmes économiques qui fonctionnent pour les individus en tant que consommateurs.

Les principes du consommateur, tels que définis par l'ONU, peuvent être un outil utile lorsqu'ils plaident en faveur d'une transition plus juste vers un modèle économique circulaire et durable.

Certains principes mentionnent explicitement la consommation durable, tandis que d'autres sont essentiels lorsqu'il s'agit d'atteindre les ODD et les approches circulaires.

- Accès aux biens et services essentiels
- Protection des consommateurs vulnérables et défavorisés
- Protection contre les risques pour la santé et la sécurité
- Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs
- Accès à des informations adéquates pour permettre des choix éclairés
- Éducation du consommateur, y compris sur les conséquences environnementales, sociales et économiques de ses choix
- Existence d'un système efficace de résolution et de règlement des différends
- Liberté de former des groupes et des associations de consommateurs, ainsi que de présenter leurs points de vue dans les processus de prise de décision
- Promotion des modes de consommation durables
- Protection pour le commerce électronique au moins égale à celle assurée pour les autres formes de commerce
- Protection de la vie privée et libre circulation mondiale de l'information

Test-Achats/TestAankoop, notre membre belge, s'attaque à la problématique des déchets électroniques avec la création d'un outil de reporting sur le net appelé **Trop-vite-use**, en vue de créer une base de données factuelles sur les produits dont leurs utilisateurs estiment qu'ils se sont usés trop rapidement. Cette base servira ainsi à conseiller les consommateurs dans leurs achats et prouvera aux fabricants qu'il existe une demande claire pour des produits à durée de vie plus longue.

**En Malaisie, la Consumers Association of Penang (CAP)**, s'est engagée à lutter contre l'appauvrissement de la biodiversité en favorisant la conservation et le partage des semences entre les agriculteurs, les jardiniers et le public. Ce projet vise à réintroduire des variétés traditionnelles de semences, de cultures mineures, d'espèces de légumes endémiques et d'herbes rares. La CAP a organisé une foire aux semences pour les jardiniers et les agriculteurs en 2018, avant de mettre en place par la suite un réseau de partage en ligne.

## JOURNÉE MONDIALE DES DROITS DES CONSOMMATEURS

Le Directoire et le Conseil de Consumer International ont choisi le thème du « Consommateur Durable » pour l'édition 2020 de la Journée mondiale des droits des consommateurs.

La Journée mondiale des droits des consommateurs mettra l'accent sur l'implication et l'autonomisation des consommateurs envers les choix durables qui contribueront à atteindre les objectifs de développement durable de l'ONU. Nous souhaitons éclaircir la confusion qui règne autour de la durabilité en nous assurant que les producteurs, les revendeurs et les décideurs politiques font tout ce qu'ils peuvent pour assurer la sécurité, la durabilité et l'efficacité en ressources des produits, ainsi que faire de la durabilité le choix le plus facile.

Nous demandons aux membres de profiter de la Journée mondiale des droits des consommateurs pour travailler avec les écoles, les collèges ou les universités locales et organiser une session avec un petit groupe de discussion sur la consommation durable. Nous rassemblerons ensuite les informations du monde entier pour dépeindre le tableau mondial.