La consommation comme bulletin de vote

Convaincue des nombreuses vertus de la consommation responsable, l'association 1Pacte s'attaque sans distinction aux freins à son développement. Découvrons ce projet avec ses deux cofondateurs, Théodore Fechner (16) et Benoît Mortgat (16).

Lorsqu'on commence à parler de faire attention à ce qu'on achète, on pense tout de suite au bio, au commerce équitable et au local. Ces trois idées, plutôt en vogue, ont la mauvaise habitude de faire croire à qui veut l'entendre qu'il est facile de mieux consommer car il suffirait d'acheter des tomates bio deux fois plus chères à la ferme du coin pour sauver la planète de tous ses maux…

Pourtant, si on s'intéresse un peu à la mesure d'impact environnemental et sociétal, on découvre une discipline extrêmement complexe, principalement pour trois raisons :
Tout d'abord les informations. Qui écouter, qui croire ? Entre les entreprises, les associations, les scientifiques, les institutions, les médias, c'est à peine si on arrive à se mettre d'accord sur la couleur du cheval blanc d'Henri IV…
Ensuite, l'analyse. Comment fait-on pour mesurer l'impact de l'automobile, qui crée des milliers d'emplois mais pollue beaucoup ? Que choisir entre du riz bio venu du bout du monde et un bon riz de Camargue local qui peut contenir un subtil mélange de pesticides ? Que faire des OGM qui peuvent sauver des vies aujourd'hui mais qui pourraient avoir des effets néfastes importants à long terme ?
Enfin, si d'aventure on parvient à établir de manière claire qu'un produit est meilleur qu'un autre, à la fois pour la planète et pour les gens qui vivent dessus, comment faire si ce n'est pas ce qu'on préfère ? À qui la responsabilité de rendre ce produit plus durable ? À l'État et aux lois ? Aux entreprises et à leur RSE ? Aux consommateurs ? Est-ce au maillon final de compenser les défauts de la chaîne ?

L'équipe au grand complet de LundiCarotte, la newsletter pour consommer responsable, avec (de g. à d.) Alix Dodu, Théodore Fechner (16), Gaétan Morand (16), Benoît Mortgat (16).

Encourager la consommation responsable

On voit là qu'il existe de bonnes raisons de ne pas réfléchir à tout ça. Et pourtant, en dépit de cet environnement difficile, on observe l'émergence d'une nouvelle façon d'acheter : la consommation responsable. Acheter en réfléchissant, en s'informant sur les tenants et aboutissant de son caddie. Acheter en étant acteur, en se disant que tant qu'à faire vivre une entreprise, autant que cela en soit une dont on apprécie la démarche. Acheter avec optimisme, en considérant que son achat fait un peu bouger les lignes de notre société.
Cette consommation responsable est vertueuse à bien des égards. C'est ce que l'association « 1Pacte »[1], créée en 2017, souhaite démocratiser au travers de ses actions : wiki collaboratif, benchmark de sites d'informations, soirées-débats, formation des vendeurs en grande surface.... 1Pacte s'est construit sur l'idée que beaucoup de gens sont sensibles à la démarche de la consommation responsable mais peinent à s'engager dedans. L'association identifie les freins à la consommation responsable et développe des outils pour les dépasser.
L'association, qui réunit désormais quatre jeunes passionnés, édite chaque semaine une newsletter d'information, *LundiCarotte*, sur le sujet de la consommation responsable, usant d'un ton léger pour présenter des manières de mieux consommer. De même, la plateforme WikiCarotte.org a vocation à agréger en un seul lieu, sur Internet, toutes les informations relatives à la consommation responsable.
Si aujourd'hui 1Pacte développe ses outils essentiellement sur Internet, l'association envisage d'ouvrir prochainement des stands d'information dans les grandes surfaces. ■

Quelle éthique pour notre économie ?

Cela fait plus d'un siècle que l'on commence à réfléchir sur l'éthique de notre économie. D'abord sous l'impulsion des philanthropes américains comme John D. Rockefeller, qui dépensèrent des fortunes pour des causes sociales ou environnementales, puis via l'introduction de la notion de responsabilité sociétale des entreprises dans les années 1950. Ces théories ont ensuite été largement remises en question par l'idée qu'il revient à l'État d'instaurer un cadre légal pour notre économie et aux entreprises de prendre soin de s'y conformer tout en maximisant leur profit. Mais ce n'est que vers la fin du XXe siècle qu'on commence à identifier les consommateurs comme levier de changement de notre société.

Théodore Fechner (16) et Benoît Mortgat (16)

En dernière année d'école à Châtenay-Malabry, Théodore et Benoît profitent des cours de la filière Entreprenariat pour réfléchir à la notion de besoin, aux sens économique et philosophique du terme. Finalement, en 2017, ils fondent l'association 1Pacte pour sensibiliser le grand public à la démarche de la consommation responsable.

1. Plus d'infos sur www.1pacte.org