

La consommation engagée.

Entre pratiques individuelles et changements sociaux

Jasmine Lorenzini

Notre manière de consommer est révélatrice de notre rapport au monde. La consommation engagée – qu'elle résulte de raisons politiques, éthiques ou environnementales – est de plus en plus courante en Suisse. Toutefois, ce choix n'est pas accessible à tous les membres de la société de manière égalitaire. Il dépend des ressources ainsi que de l'offre à disposition, qui varient selon les contextes socio-économiques. Les changements de consommation soulèvent des questions complexes qui requièrent une réflexion interdisciplinaire et un débat démocratique afin d'identifier des solutions viables pour le plus grand nombre.

Chaque acte de consommation contribue à définir notre rapport au monde qui nous entoure. La consommation matérialise le statut social en donnant à voir une certaine capacité financière à se parer et s'entourer de beaux objets. Elle construit des interactions plus ou moins égalitaires et respectueuses avec les personnes qui fournissent des services ou produisent des biens. De plus en plus de choix de consommation sont perçus comme des affirmations de valeurs politiques, éthiques ou sociales. Depuis le milieu des années 90, de nombreux mouvements sociaux et associations prônent le commerce équitable et facilitent les choix de consommation responsable pour réduire les inégalités au niveau global. Ainsi, lorsque j'achète du café équitable, je défends des conditions de travail meilleures pour certains producteurs et productrices à l'autre bout du monde. Lorsqu'une municipalité remplace le jus d'orange des réceptions par du jus de pomme, elle affirme son soutien à l'économie locale. Et lorsqu'une école propose plusieurs repas végétariens par semaine, elle sensibilise à l'impact de la consommation de produits carnés sur la santé et le climat.

Certains choix de consommation se politisent et font débat. Bien plus que des choix individuels, ils questionnent des pratiques sociales fortement enracinées dans nos modes de vie et dans notre culture. Les résident·e·s des grands centres urbains bénéficient d'une offre diversifiée qui leur permet de trouver facilement des produits végétariens, en vrac, issus du commerce solidaire, etc. alors que d'autres sont plus proches des marchés à la ferme et peuvent établir des liens étroits avec les producteurs et productrices. Ces exemples montrent qu'au-delà des choix individuels, le contexte social, économique et politique façonne nos modes de consommation. C'est pourquoi il n'est pas simple de changer les habitudes de consommation au niveau individuel. Celles-ci sont façonnées, entre autres, par l'offre existante, la socialisation durant l'enfance, ainsi que l'organisation de la vie sociale et économique.

Cet article présente, pour commencer, les liens entre consommation et identité sociale afin de montrer comment des actes a priori banals s'inscrivent dans des interactions sociales. Ensuite, il situe ces choix individuels dans un contexte social qui façonne les modes de consommation qui prévalent en influençant non seulement l'offre existante, mais aussi le temps et l'argent à disposition pour pratiquer différentes formes de consommation engagée ou non. Finalement, il propose de penser les choix de consommation en tant que choix de société et souligne l'importance de repenser les modèles de démocratie qui sous-tendent différentes manières de mener ce débat.



Les personnes qui font leurs courses dans une épicerie participative s'investissent en donnant régulièrement du temps pour travailler dans ces épiceries.

Consommation et identité sociale

La consommation touche à la manière dont les individus se définissent et créent des liens avec les personnes de leur entourage, qu'il s'agisse de leur famille, leurs ami·e·s ou leurs collègues de travail. En Suisse, un tiers de la population achète régulièrement, c'est-à-dire au moins une fois par semaine, des produits sur la base de considérations politiques, éthiques ou environnementales¹. Les principales motivations qui sous-tendent ces choix sont la santé (46 %), l'origine des produits (cf. des produits suisses, 26%) et l'environnement (17 %). Les droits des travailleur·euse·s et les droits des animaux sont moins fréquemment cités comme motifs de consommation engagée (moins de 5 %). Ces choix de consommation contribuent à la définition d'une identité reconnue et valorisée socialement. Ils révèlent l'image que chacun·e souhaite renvoyer de lui/elle-même, affirmant ainsi « j'achète des produits biologiques/écoresponsables/issus du commerce équitable, donc je suis une personne respon-

sable ». Ces actes transforment les contours entre consommateur·rice·s et citoyen·ne·s. Ils contribuent à connoter positivement certains modes de consommation et véhiculent un sentiment d'appartenance à la communauté des consommateur·rice·s responsables.

D'autres pratiques alternatives de consommation qui remettent plus fondamentalement en cause nos modèles de société restent plus marginales. Les personnes qui adoptent un régime végétarien ou végétalien adaptent leur mode de vie dans son ensemble à ce choix. Des actes quotidiens aussi simples que prendre son repas de midi à la cafétéria, être invité·e à partager un repas chez des ami·e·s, acheter un en-cas sur le pouce deviennent plus complexes dans une société qui privilégie les plats carnés ou comprenant des produits d'origine animale. De plus, les végétarien·ne·s et les végétalien·ne·s sont régulièrement confronté·e·s à des discussions critiques relatives à leur choix. Du simple « pourquoi ? » à des questions plus intrusives qui portent sur les valeurs et les motivations de la personne. Ces questionnements montrent à quel point ces choix individuels sont perçus comme étant une remise en question plus générale d'un modèle de société et de normes de sociabilité (partager un repas, un moment convivial). Cette remise en question dérange, elle bouscule des normes sociales souvent invisibles

1 Les chiffres sont tirés de l'enquête MOSAICH 2017.

tant elles vont de soi². Il en va de même pour les personnes qui prônent la décroissance et adoptent des modes de vie impliquant une réduction drastique de la consommation. Des engagements politiques plus contraignants sous-tendent ces choix, dont le coût social est particulièrement élevé.

Consommation, emploi et famille

Certains changements dans les habitudes de consommation requièrent des adaptations importantes dans les modes de vie. Les personnes qui font leurs courses dans une épicerie participative s'investissent en donnant régulièrement du temps pour travailler dans ces épiceries. Une fois par mois, elles remplissent les étagères, tiennent la caisse ou participent à d'autres tâches courantes. Ainsi, elles redéfinissent la frontière entre consommation, production et distribution de biens de consommation courante. De plus, certains membres s'engagent dans le choix des produits vendus, participant ainsi à définir les valeurs qui façonnent l'assortiment – des produits locaux, de saison, abordables pour un large public, etc. Ces épiceries créent des liens entre consommateur·rice·s et les rapprochent des producteur·rice·s. Toutefois, elles réunissent principalement des personnes qui appartiennent à une contre-culture, un groupe social qui prône par la pratique un modèle de société s'écarter du modèle dominant. Dans le cas des épiceries participatives, de nombreux membres ont fait le choix de travailler moins pour avoir plus de temps à disposition pour s'engager dans des projets personnels, associatifs ou politiques. Cependant, ce choix n'est pas à la portée de tout le monde. Certaines contraintes socio-économiques pèsent plus lourdement sur ces choix « individuels ». Nous constatons que le projet inclut principalement des personnes à haut niveau de formation et sans enfants³.

Cet exemple nous montre que la consommation engagée, au-delà de notre rapport à la consommation de biens et de services, questionne notre rapport au travail rémunéré et au travail domestique. Des changements à grande échelle dans nos modes de consommation requièrent une réflexion qui va au-delà de la consommation et qui interroge notre rapport au temps, au travail rémunéré et au travail du *care*, c'est-à-dire au travail reproductif qui touche au soin et à la prise en charge des tâches domestiques.

Zusammenfassung

Konsum prägt unser Verhältnis zur Welt und zu unseren Mitmenschen, er definiert, wer wir sind und zu welchen sozialen Gruppen wir gehören. Mehr noch: Er ist auch Teil eines gesellschaftlichen Modells, das individuelle Entscheidungen beeinflusst. Ein engagierter Konsum - ob aus politischen, ethischen oder ökologischen Gründen - wird in der Schweiz immer häufiger. Diese Wahlmöglichkeit steht aber nicht allen in gleichem Masse offen. Sie hängt davon ab, wieviel Zeit jemand zur Verfügung hat, wieviel Geld - und nicht zuletzt vom jeweiligen sozioökonomischen Umfeld. Engagierter Konsum, als politische Partizipation verstanden, steht für gesellschaftliche Veränderungen. Sie verdienen es, diskutiert zu werden, und zwar in ihrer ganzen Breite und Vielfalt. Eine solche Debatte trägt auch dazu bei, die Demokratie zu stärken.

Choix individuel ou choix de société

Ces remises en question plus fondamentales suggèrent que des changements plus généraux dans nos modèles de société sont nécessaires pour transformer nos rapports à la consommation. Les personnes ou les familles qui privilégient le travail à plein temps, mais aussi les personnes et les familles qui ne gagnent pas suffisamment pour s'offrir le luxe du travail à temps partiel, peuvent difficilement s'engager dans une épicerie participative ou tout autre modèle de consommation alternative qui demande un investissement important en temps. C'est pourquoi il est essentiel de lancer un débat de société autour de ces questions. Comment, en tant que société, favoriser des modes de consommation qui aient un impact moindre sur l'environnement, qui réduisent notre empreinte carbone et qui contribuent au bien-être des consommateur·rices et des travailleur·euse·s qui produisent des biens ou fournissent des services ?

Au-delà des individus qui pratiquent la consommation engagée, des associations et des mouvements sociaux portent ces valeurs alternatives et contribuent à élargir l'offre de produits correspondant à ces valeurs. Par contre, ces actions individuelles et collectives ne donnent pas ou rarement lieu à un débat démocratique et une saine opposition de points de vue divergents. Chacun·e peut choisir la voie responsable, laissant ainsi libre cours aux pratiques moins responsables. Cependant, des changements à grande échelle permettant de faire face à l'ampleur des défis actuels – qu'il s'agisse de la crise climatique ou de la montée des inégalités – requièrent des débats et des outils démocratiques (notamment des législations).

2 Giroux et Larue (2019).

3 Schell et al. (à paraître).

Certaines associations ou communautés qui s'engagent dans des pratiques qui se veulent exemplaires pratiquent la gouvernance partagée en leur sein. Elles expérimentent des alternatives à petite échelle, y compris au niveau des modes de prises de décision démocratiques. Néanmoins, elles proposent rarement des solutions qui pourraient être appliquées à l'échelle d'une société et encore moins de la planète.

La consommation responsable comme modèle de société

Notre manière de consommer met en exergue notre rapport au monde. Elle montre comment les individus se situent par rapport aux autres et à la nature qui les entoure. Elle contribue au bien-être en répondant à des besoins fondamentaux tels que se nourrir, se vêtir, se loger, mais aussi appartenir à un groupe, être reconnu·e par son groupe, se sentir valorisé·e et bien dans sa peau. De plus, la consommation questionne certaines valeurs fondamentales. En Suisse, les salaires dans le domaine de l'alimentation sont parmi les plus bas et permettent parfois difficilement de vivre au-dessus du seuil de pauvreté⁴, alors même que la population résidant en Suisse dépense en moyenne 6 % du revenu du ménage pour se nourrir. Ainsi, se pose la question des prix – quels sont les prix justes pour une alimentation qui garantisse le respect des conditions de travail, qui offre des salaires permettant de vivre, qui favorise la biodiversité et qui sauvegarde l'environnement ? Cette question ne peut toutefois pas être posée sans interroger aussi l'accessibilité de la nourriture. La récente pandémie a mis en évidence les inégalités criantes dans ce domaine. Il est dès lors essentiel d'examiner aussi la question sous cet angle-là : qui peut s'offrir quel type de nourriture ? Plus généralement, cela pose la problématique de l'inclusion du plus grand nombre dans la construction d'un modèle de consommation, de production et de distribution alimentaire durable.

Les changements de consommation soulèvent des questions complexes qui requièrent une réflexion interdisciplinaire et un débat démocratique afin d'identifier des solutions viables pour le plus grand nombre. Les choix de consommation contribuent au changement social. Toutefois, pour construire un modèle de société socialement juste et écologiquement durable, il est nécessaire de repenser les principes de prises de décision démocratiques et d'envisager des outils qui permettent de renouveler les modes de participation politique afin d'instaurer un débat à différentes échelles.

Références

- Bourquin, Gilles et Jan Chiarelli (2019) : Coup d'oeil sur les travailleurs et travailleuses agricoles suisses. Étude comparative de neuf cantons suisses (2000-2018).
- Giroux, Valéry et Renan Larue (2019) : Le véganisme, Paris.
- Lorenzini, Jasmine (à paraître) : Political consumerism and food activism, in : Giugni, Marco et Maria Grasso (éds.) : Routledge Handbook of Environmental Movement, Londres.
- Lorenzini, Jasmine et Forno, Francesca (à paraître) : Political consumerism and lifestyle activism, in : Giugni, Marco et Maria Grasso (éds.) : Oxford Handbook of Political Participation, Oxford.
- Schell, Guillaume et al. (à paraître) : Les épiceries participatives : Une contre-culture inclusive offrant une alternative à la consommation de masse ?

DOI

10.5281/zenodo.494779

L'auteure

Docteure en science politique, Jasmine Lorenzini dirige depuis 2018 le projet de recherche Ambizione « Political Consumerism in Switzerland : Linking Food Consumption, Conceptions of Citizenship, and Political Engagements » basé auprès de l'Institut d'études de la citoyenneté (InCite) de l'Université de Genève. Ses intérêts de recherche portent sur la participation politique, les mouvements sociaux, la consommation, les pratiques durables, les inégalités, l'inclusion sur le marché du travail et la citoyenneté.



4 Bourquin et Chiarelli (2019).