

Synthèse du 8^{ème} forum d'échange entre les acteurs bancaires, sociaux et associatifs

Mardi 6 Décembre 2016 au Palais de la Femme

De nouveaux modes de consommation, pour quels budgets ?

Matinée organisée et animée avec l'aide d'Elsa Manghi et Catherine Bodet de La Manufacture Coopérative

INTRODUCTION

Anne Gloux - Crédit Municipal de Paris - Responsable du service Accompagnement budgétaire et innovation sociale

Frédéric Mauget - Crédit Municipal de Paris - Directeur général

REPRESENTATION THEATRALE DE LA COMPAGNIE NAJE : « LES VISITEURS DU FUTURS »

La Compagnie Naje (Nous n'Abandonnons Jamais l'Espoir) est une compagnie théâtrale professionnelle pour la transformation sociale et politique. Elle a présenté deux visions prospectives de l'évolution de nos modes de vie et de consommation, basées sur les travaux de l'Agence Régionale de l'Environnement et des Nouvelles Energies en Ile-de-France (Arène IDF).

Dans 10 ans, la France pourrait s'être débarrassée du **travail** comme contrainte grâce à un « revenu contributif », revenu universel d'un montant supérieur au RSA actuel, qui éviterait les ruptures de droits. Le travail ne serait alors plus une référence quant à la valeur donnée à une personne, il ne serait qu'un critère parmi les différents modes de valorisation de l'individu qui pourraient alors se développer : bénévolat, partage, solidarité... Les individus pourraient alors exercer un métier selon leurs compétences et leurs intérêts, dans des conditions plus épanouissantes (coworking par exemple). La société ne se ferait donc plus contre l'homme, il ne serait plus obligé de s'y adapter. Dans cette société, les AMAP et les potagers collaboratifs recréeront un esprit de communauté, et avec ce nouveau **lien social**, un meilleur rapport à l'**environnement**. Enfin, les individus se sentiront de nouveau acteurs de la **démocratie** grâce au tirage au sort de citoyens « lambda » pour participer aux différentes instances de décision politique.

Mais dans 10 ans, la France pourrait tout aussi bien souffrir d'une **pollution** intense qui pousserait les Français à rester la majorité du temps cloîtrés chez eux dans une atmosphère confinée. Cet enfermement favoriserait la propagation de **technologies holographiques**, qui permettraient aux réunions de s'effectuer sans avoir à se déplacer, mais aussi sans rencontre réelle des parties prenantes. Le lien social serait alors limité, et l'on pourrait tendre vers l'univers **dystopique** d'Isaac Asimov, dans lequel « les gens finissent par ne plus se supporter ». De plus, malgré ce développement de la technologie, les **aides sociales** calculées par informatique, selon des formules

opaques, auraient un risque d'erreur élevé, rendant des situations déjà précaires encore plus fragiles. Côté **politique**, les sondages, construits de toutes pièces pour aller dans le sens désiré, se substitueraient au vote. La prise de décision serait alors aux mains des services de l'Etat et des entreprises, les collectivités se retrouveraient déconsidérées, avec simplement la possibilité de négocier à la marge quelques aménagements.

Dans ces deux cas, les évolutions rapides anticipées d'ici 2026, en particulier technologiques, ne résoudront pas complètement le problème de l'**exclusion**. Même si elle peut être un choix, une mauvaise compréhension du français et la complexité des démarches administratives sont des difficultés que nous connaissons actuellement, et qui ne pourront être dépassées sans le déploiement de dispositifs de grande ampleur d'accompagnement et de formation des publics fragiles. Ainsi, les individus n'auront plus à se définir en creux, par leurs manques (les « A », qui tels des a-patrides sont exclus du système à cause d'une lacune, dans le numérique par exemple).

Afin que la société actuelle évolue dans le bon sens, l'**individu** doit retrouver une place centrale, car c'est lui qui porte la capacité à faire du nouveau, à être créatif. Certains doutent toutefois de cette possibilité d'agir, la **prise d'initiative** n'est pas favorisée par le système politique actuel : aujourd'hui, la société de consommation n'est pas remise en cause, malgré l'urgence environnementale.

ATELIERS D'ÉCHANGE SOUS FORME DE WORLD CAFE

Synthèses graphiques en annexe

- **Je consomme un peu, beaucoup, passionnément...** *Atelier introspectif.*
- **Bio, bon, local, je n'ai pas les moyens et manger bien, je n'ai pas le temps.** *Réflexion sur nos pratiques de consommation alimentaire.*
- **Un clic et c'est payé !** *Consommation via internet et monnaie virtuelle.*
- **Je n'ai pas d'argent mais je consomme intelligent.** *Bons plans et horizons utopistes.*

MISE EN PERSPECTIVE ET TEMOIGNAGES

Comment ces nouveaux modes de consommation sont-ils mis en pratique ?

Chloé Landrot – RESOLIS – Responsable programmes et international

Dans une société où nous évoluons vers des pratiques qui valorisent la culture de proximité (lien avec les autres, consommation locale), l'association RESOLIS (Recherche et Evaluation de SOLUTIONS Innovantes et Sociales) a pour objectif de contribuer au progrès social par le **partage des savoirs de terrain**. A travers ses quatre programmes (pauvreté, précarité énergétique, savoirs et éducation, alimentation durable et responsable) et son *Journal RESOLIS*, elle répertorie aujourd'hui au sein de son Observatoire en libre-accès plus de 800 initiatives, qu'elle soutient non financièrement, mais en leur donnant une visibilité pour leur permettre d'essaimer leurs bonnes pratiques, de mutualiser leurs idées, de trouver des financements.

Agir sur l'accès et/ou la sensibilisation à une alimentation et une agriculture durables et de qualité, l'éducation alimentaire, le gaspillage alimentaire, lutter contre la précarité alimentaire :

Projet 1 – **Manger sain et durable, c’est pratique et pas cher** (association PikPik Environnement) : favoriser les bonnes pratiques alimentaires chez tous les publics, y compris fragiles. Sensibilisation par l’animation : cuisiner mieux même avec un petit budget, éviter le gaspillage, atelier fruits et légumes de saison, smoothie party, disco-salade, coaching course, etc.

Projet 2 – **Des chefs cuisiniers solidaires contre le gaspillage et la précarité alimentaire** (association La Tablée des chefs) : un service de récupération des surplus auprès des restaurateurs et des hôteliers permettant de redistribuer les denrées alimentaires à des associations. Des programmes pédagogiques culinaires réalisés avec des chefs cuisiniers sensibilisent de nombreux jeunes issus de milieux défavorisés.

Projet 3 – **Le Potager citoyen** (initiative des magasins Gamm Vert) : combiner passion du jardinage et du potager à un projet de lutte contre la précarité alimentaire. Les magasins offrent des plants de potager (obtenus grâce aux dons de leurs partenaires réguliers) à leurs clients potagistes, qui font à leur tour don de leurs récoltes aux bénévoles du Restos du Cœur lors des collectes organisées en magasins.

Agir sur la pauvreté passe aussi par le renforcement de la mobilité au sein des territoires, la création de lien social, l’insertion socio-professionnelle, le développement durable au sens large :

Projet 4 – **Vélo-école** (association Vélo à Saint Denis) : promouvoir le déplacement urbain à vélo avec une équipe d’animateurs, en mettant à disposition une flotte de vélo et en proposant des ateliers d’apprentissage pour être autonome (déplacements, autoréparation, etc.) dans une ambiance conviviale et augmenter le nombre potentiel de cyclistes sur le territoire dionysien.

Projet 5 – **Le Taxi Solidaire** (CCAS Centre de Roubaix) : rompre l’isolement des personnes en favorisant leur mobilité et favoriser l’insertion professionnelle des chauffeurs, qui les accompagnent dans leurs déplacements et leurs tâches quotidiennes (1,5€ / trajet dans Roubaix, 3€ dans l’agglomération), le tout en créant du lien social pour tous.

Projet 6 – **Transport solidaire pour les personnes âgées** (Familles Laïques de Vaux-le-Pénil et un consortium d’associations locales) : mise à disposition gratuite d’un véhicule, pour accompagner les personnes âgées dans les activités de leur choix (tâches quotidiennes, activités culturelles, visite à leurs proches).

Qu’est-ce que la consommation en France ? Quelques données statistiques.

Nathalie Damery – Observatoire Société et Consommation – Co-créatrice et présidente de l’ObSoCo

L’économie d’après-guerre a vu naître les classes moyennes ce qui a permis le développement, entre autres, de la grande distribution afin de répondre aux attentes. C’est ce qu’on a appelé l’économie des 30 Glorieuses. Aujourd’hui, **trois mutations majeures** changent le monde et nécessitent une adaptation du commerce :

- Economique : crise du pouvoir d’achat et nouvelles contraintes (par exemple avec la libéralisation des charges de santé) ; chômage y compris de personnes diplômées.
- Technologique : touche tous les domaines, y compris l’ESS (par exemple, Emmaüs va se lancer dans le e-commerce) ; avec la possibilité pour les gens de se connecter entre eux, le consommateur devient **acteur de sa consommation**.

- Sociétale : 1 Français sur 2 désire **consommer « autrement »** (plus, moins, mieux), même si $\frac{1}{4}$ ne souhaite rien changer ; phénomènes de résistance (les jeunes souhaitent consommer « plus », cela reste un **marqueur social**) ; plus de 60% des Français sont significativement engagés dans les consommations émergentes.

Deux conceptions s'opposent aujourd'hui : hyperconsommation et défiance envers les « gros », les banques, les assurances, les industriels (agriculteur devenu « exploitant » agricole) d'une part, volonté de retrouver une consommation responsable et attirent des start ups et producteurs locaux (paysan passé de « bouseux » à vertueux) d'autre part. Consommer ne veut plus forcément dire « acheter neuf », on voit se développer le « faire-soi-même », les **activités résilientes** (retrouver de l'attention, de la dignité), la location, l'occasion. Par ailleurs la défiance touche également la qualité des produits (**obsolescence programmée**).

Mais pour autant ces nouvelles formes de consommation, y compris la consommation collaborative, n'est pas une remise en question du désir de consommer. C'est même le contraire, ce sont de nouvelles formes de capitalisme qui se développent. Car cela crée de nouveaux marchés. : « La consommation recycle sa contestation », elle se nourrit des phénomènes de déconsommation pour vendre plus (utilisation des imaginaires « bio, local » dans le marketing). De plus, les curseurs ont changé dans les modèles économiques des entreprises (aucun bien possédé par Airbnb) et les modes de consommation (**économie de l'arbitrage** : argent / intimité pour Airbnb). Les consommateurs travailleurs assurent le succès des start ups de l'**économie collaborative**. Par ailleurs, notre société est très attentive aux questions de santé, des soins du corps. Plus de 80% des Français portent une attention croissante à la **qualité des produits alimentaires** qu'ils consomment ; la majorité des Français déclare privilégier la qualité quitte à payer plus cher, mais si et seulement si ils perçoivent les signes objectifs de la qualité (meilleurs pour la santé, des produits qui durent plus longtemps, etc).

Mais il faut se méfier des généralités et notamment celles qui consistent à mettre les générations dans un même « sac ». Cela est particulièrement vrai pour les jeunes. Certains (ceux qui ont reçu une éducation) prennent du recul sur leur façon de consommer, sont plus attentifs à ce qu'il y a derrière tout acte de consommation (conditions sociales de production, respect de l'environnement, attachement aux questions éthiques, etc.). D'autres, moins bien lotis, consomment encore surtout pour le symbole social (marques) et ne rejettent pas l'hyper consommation, quand bien même leur pouvoir d'achat ne suit pas. En raison de ces différences, nous avons **peu de visibilité** sur les futurs modes de consommation globalement. En revanche, nous avons définitivement fermé la page des 30 Glorieuses avec des modèles de consommation normatifs, et des pouvoirs d'achat en hausse. Il ne faut plus penser « crise » mais invention de nouvelles façons de consommer (plus malin, vertueux, moins de gaspillage, etc.). Tout reste à faire ! Mais il ne faut pas tomber dans le piège des sirènes du collaboratif : il n'y a pas que du vertueux dans ces systèmes (que l'on songe aux conditions sociales des vétérinaires). Le local souvent n'est pas bio et l'alimentation (dans les régions les moins bien ensoleillées) peut devenir rapidement rébarbative. De même, la monnaie locale ne doit pas supplanter les questions du bien commun.

On voit comment il est difficile de penser la consommation de demain, pourtant inventer de nouvelles façons de consommer est une nécessité.

MOT DE LA FIN



Echange, éducation, sens ont été au cœur de cette matinée de réflexion. Ce que les participants en ont retenu :

« **Partage** de pratiques, d'expériences, de bons plans, d'idées, d'informations, et de nouveaux moyens d'action identifiés chacun à son niveau. »

« Cette matinée a été une vraie **prise de conscience** sur le thème de la consommation au sens large. J'espère pouvoir faire passer ces messages autour de moi : public, enfants, mes proches. MERCI. »

« Consommer c'est **exister**. »

« Des échanges riches dans une **ambiance chaleureuse** ! »

« Changement à venir... positifs ? négatifs ? **A nous de choisir et d'agir**. »