

L'écologie sociale au quotidien

Ce n'est plus tant pour des idées qu'il faut se battre. Les préoccupations écologistes ont percé, le discours écologiste est maintenant repris, récupéré par les élus, les médias, et les citoyens le savent bien : « il faut préserver l'environnement », « la voiture en ville est un fléau »... Pourtant, dans la pratique, rien ne change : les rues regorgent toujours de bagnoles, et la consommation se fait toujours de manière impulsive et non raisonnée, sous l'emprise du matraquage publicitaire et des conditionnements culturels.

Le niveau de démagogie du discours politique est proportionnel à l'inefficacité des mesures prises. Au-delà de la prise de conscience, le pas qu'il nous reste à faire est de traduire en actes concrets les idées écologistes, si nous voulons être un minimum cohérents. Penser, par exemple, qu'acheter les produits les moins chers est souvent un comportement anti-écologique.

En effet, les économies que réalise une entreprise lors du processus de production ou de distribution ont toujours une contrepartie sociale ou environnementale négative. Par exemple, transporter des marchandises par camion plutôt que par train est plus économique. Pourtant les camions tuent, polluent l'atmosphère, sans parler de l'exploitation des chauffeurs routiers, alors que le train est moins dangereux et plus écologique. Les coûts du transport routier sont supportés par la société dans son ensemble, et non par les transporteurs et leurs entreprises clientes. Ainsi, ces entreprises reportent sur la société les coûts qu'elles devraient elles-mêmes supporter. C'est ce qu'on appelle l'externalisation des coûts internes.

En proposant la vente de produits «différents», la Maison de l'Ecologie de Lyon cherche, d'une part à encourager la réflexion sur les modes de consommation, et d'autre part à proposer une pratique et une alternative de consommation qui permettent aux personnes de mettre leurs actes en accord avec leurs discours :

- Le papier recyclé, pour limiter les monocultures et les pollutions, économiser l'eau et l'énergie à la fabrication, et sensibiliser à la gestion des déchets.

- Les produits ménagers, à base d'huiles végétales et de composants minéraux ; ces produits sont très proches d'un impact zéro sur l'environnement. Les flacons vides sont consignés, pour promouvoir la réutilisation des emballages, plutôt que leur destruction ou leur recyclage.

- Les produits pour l'habitat : des peintures naturelles aux produits de bricolage, en passant par les matériaux d'isolation, afin de rendre l'habitat sain et écologique.

- Les produits solaires, lampes, radios et chargeurs de piles munis de capteurs photovoltaïques, pour réfléchir sur l'électricité nucléaire, et faire des économies d'énergie.

- Les produits biologiques du commerce équitable (thé, café, sucre, chocolat...) pour développer l'intérêt autour des rapports nord-sud, et du coût social des produits de grande consommation.

- Les supports d'information et de réflexion : livres, revues, vidéos, afin de favoriser la prise de conscience écologiste, outils indispensables à la diffusion des idées.

- Les jeux coopératifs, ces jeux étant bâtis sur le principe inverse de la compétition, et cherchant à développer coopération et entraide chez les joueurs.

Bien d'autres voies existent pour infléchir la portée des actes de consommation :

- Les fournitures alimentaires : préférer les produits locaux car ils n'ont pas été transportés sur de longues distances, les produits frais aux produits manufacturés. Acheter des produits en vrac dans les coopératives biologiques, aller au marché avec son panier...

- Le transport : se déplacer à pied, à vélo, en transport en commun, en train, plutôt qu'en voiture.

- L'eau : utiliser des économiseurs d'eau sur la douche et la chasse d'eau, éviter de laisser couler le

robinet, prendre l'eau de lavage des légumes pour arroser les plantes ou pour les WC.

■ L'énergie : utiliser des ampoules et des frigos à faible consommation, éteindre les appareils électriques plutôt que de les laisser en veille, et surtout faire des économies d'énergie. L'énergie la plus propre est celle que l'on ne consomme pas.

L'impact de notre consommation ne dépend pas seulement du type de produit, mais également du lieu où on les achète.

Les supermarchés sont ainsi des lieux anti-écologiques par excellence. Ils encouragent le transport routier de marchandises et le transport individuel en voiture pour aller faire ses courses. Ils sont la vitrine de l'agriculture intensive, des objets jetables et du suremballage. Acheter en grande surface, c'est donner le bâton pour se faire battre, même si on achète du bio : les grandes surfaces font pression pour diminuer la sévérité des critères des labels biologiques. Au niveau social, les supermarchés font fermer les petits commerces (et créent moins d'emplois qu'ils n'en suppriment) et exploitent leurs salariés : qu'ils vendent des produits issus du commerce équitable peut relever ainsi de la véritable supercherie. On lutte contre la misère sociale ailleurs pour mieux la cautionner chez soi...

Le développement de cette « autre consommation » est confronté à de réelles difficultés.

Le prix : les produits biologiques restent chers, mais ils sont de meilleure qualité et souvent on les consomme en quantité moins importante que les produits ordinaires. Le végétarisme permet aussi de faire des économies, éviter d'acheter des produits manufacturés et cuisiner soi-même est encore un

autre moyen. Mais mieux vaut acheter des produits locaux non-bio que des produits bio transportés par camion sur des centaines de kilomètres.

Le lieu d'approvisionnement : tout le monde n'a pas un marché ou une coopérative bio à côté de chez soi.

La connaissance des alternatives : réfléchir sur nos modes de consommation reste une préoccupation de classe moyenne. La diffusion d'idées dans les milieux populaires est moins aisée. Les syndicats pourraient constituer un vecteur d'information, mais ceux-ci croient souvent que les préoccupations écologiques sont nuisibles à l'emploi. Plusieurs études montrent pourtant qu'une société plus écologique en ce qui concerne le transport, ou la production d'énergie par exemple, serait créatrice d'emploi. D'autres franges de la population sont encore plus difficiles à atteindre.

Pour aller vers une société dans laquelle l'écologie et le bien-être social sont mieux pris en compte, la bataille des partis politiques peut être importante. Mais les élus étant souvent les marionnettes des multinationales, c'est aussi vers la lutte économique qu'il faut s'orienter, avec comme arme le boycott. Car nos actes de consommation ne sont jamais neutres. Si nous acceptons de donner de l'argent à une entreprise qui pollue ou traite mal ses salariés, nous la cautionnons : nous pouvons éviter ce geste et chercher d'autres pratiques. Le pouvoir d'achat est un réel pouvoir. Tout le monde peut l'exercer. Tous les jours.

Olivier Large

Maison de l'écologie de Lyon