

Charte de l'association

« *Agir par la consommation et agir pour consommer autrement* »

Un constat

Les **effets des modes de production, de commercialisation et de consommation** sont considérables pour l'être humain, la société et l'environnement à l'échelle de la planète.

La modification de ces modèles est maintenant reconnue comme essentielle pour la construction d'un autre monde ; il s'agit de la **responsabilité sociale et environnementale des acteurs économiques**.

Le consommateur – acteur économique à part entière – agit en interdépendance avec les entreprises et les instances de régulation du marché, et porte ainsi sa part de responsabilité.

Or, nous – consommateurs – sommes souvent pris en étau entre des appels à changer nos modes de consommation pour réduire la pression sur l'environnement et les inégalités, et un quasi-devoir de consommation (pour la « bonne santé de l'économie », en attestant du « moral des ménages »). Tout se passe comme si on reconnaissait un réel pouvoir aux consommateurs, susceptibles de changer le monde s'ils le voulaient bien. Mais on fait abstraction de l'idéologie d'un **système qui pousse à consommer toujours plus** – notamment grâce aux dépenses considérables de marketing et de publicité – et qui laisse à l'écart ceux dont la demande n'est pas solvable.

L'exigence de rentabilité maximale à court terme et la **logique des prix toujours plus bas**, entretenue par le jeu exacerbé de l'offre et de la demande, exercent une pression constante sur les salaires et l'emploi (faillites, suppressions de postes, recours à la sous-traitance, délocalisations). Elle alimente elle-même ce cercle infernal, contribuant à creuser les inégalités, au Nord comme au Sud, et déstructurant les économies locales. La pression sur l'environnement est également considérable (pollutions, atteintes à la biodiversité, dégradation des sols, épuisement des ressources naturelles, augmentation de l'effet de serre) ; il faudrait quatre planètes pour faire vivre l'humanité sur le même train de vie que nous, Européens.

La **concentration des entreprises** et le **pouvoir croissant des multinationales** conduisent à une perte de pouvoir des institutions et des États – sans considération pour l'intérêt général, à la disparition de petites et moyennes structures indépendantes, à la réduction du choix et de la liberté des consommateurs et des citoyens.

Ces évolutions, ces déséquilibres produisent une **fragilisation croissante de la démocratie** ; ceci d'autant plus que la « société de consommation » est infantilisante, déresponsabilisante, dépolitisante, dans une quête très individualiste – ou corporatiste – de rentabilité maximale et de la plus grande efficacité immédiate.

Certaines entreprises – de plus en plus nombreuses – prenant en compte les nouvelles demandes des consommateurs, se dotent de « codes de bonne conduite » et autres chartes, sans que les mesures déclarées fassent l'objet de contrôles indépendants. Il s'agit souvent davantage d'effets d'annonce ou de loupe par rapport aux évolutions réellement engagées, qui permettent de redorer une image par une communication généreuse sur le respect de l'environnement, la solidarité, le développement durable, etc.

Il est donc **indispensable que chacun(e) prenne conscience de ses responsabilités et de son rôle** dans le circuit socio-économique, pour rester vigilant et peser à son niveau dans la recherche d'une société équitable et d'un environnement viable pour tous. Il s'agit également de peser sur les autres acteurs de façon à ce qu'ils en créent les conditions réelles et concrètes.

S'interroger sur nos modes de consommation et nos comportements, c'est aussi reconsidérer notre notion de la richesse, la définition de nos besoins, nos désirs, nos valeurs, moteurs d'action et motivations, nos modes de relations, notre rapport à nous-même, à la nature et à la communauté, notre modèle de développement.

Les enjeux de la consommation responsable

« Agir par la consommation et agir pour consommer autrement » constitue une réponse de citoyens à un monde économique et politique qui ne voit plus dans les êtres humains que des consommateurs, où la logique consumériste s'insinue dans la plupart des rapports sociaux.

Action collective par la somme des actions individuelles, la consommation responsable est à la fois levier économique, levier politique et facteur de transformation collective :

Levier économique

Ce sont les achats, quotidiens et ponctuels, des individus et des collectivités, qui composent le chiffre d'affaires des entreprises. Consommer consciemment permet aux individus de signaler leurs désaccords aux entreprises non-respectueuses des critères sociaux et/ou environnementaux (en refusant d'acheter leurs produits et en faisant pression sur elles) et de soutenir les initiatives économiques alternatives (qui ne pourront se développer que si leur chiffre d'affaires le permet).

Levier politique

La consommation responsable est en soi un acte politique quand le consommateur utilise consciemment son pouvoir (d'achat ou de non achat) pour infléchir les politiques d'entreprises, de produits ou de marques. Mais le citoyen-consommateur peut aussi se mobiliser et interpeller entreprises et institutions pour faire évoluer l'offre de produits ainsi que la législation et son respect.

Facteur de transformation collective

La consommation est le moyen d'exprimer en actes économiques et d'appliquer concrètement dans notre vie quotidienne les principes que nous exigeons des politiques, des entreprises, de la société, des autres en général. L'évolution des modes de consommation et des comportements de chacun, à tous les niveaux, contribue bien, progressivement et de façon décisive, à la transformation collective et à la construction d'un autre monde.

- Nous refusons de soutenir par nos achats, à notre insu, des pratiques sociales, économiques, environnementales contraires à nos valeurs, ainsi que l'émergence ou la croissance de quasi-monopoles de production et de distribution.
- Nous voulons soutenir et promouvoir des pratiques sociales, économiques, environnementales qui assurent une vie décente et le bien-être pour tous sur notre planète, dans le respect de chacun, en harmonie avec la nature.
- Nous souhaitons disposer d'une information non orientée par des intérêts économiques pour pouvoir choisir en connaissance de cause.
- Nous souhaitons que se rétablissent ou s'instaurent, dans le commerce local et international, des liens sociaux et équitables entre producteurs, distributeurs et consommateurs dont les relations ne doivent pas se limiter à des rapports marchands.
- Le choix de consommation est aussi un outil de la démocratie : réapproprions-nous cette part de décision sur le devenir de notre monde !

Nos objectifs et engagements

Il s'agit de mettre en valeur l'action individuelle et sa dimension politique collective, de participer au rapport de force avec les entreprises et les législateurs, en contribuant parallèlement au développement de l'esprit critique et à l'évolution de l'opinion publique.

Cette démarche s'inscrit en complément, en convergence et en cohérence avec la lutte au niveau macroéconomique et politique contre la mondialisation néolibérale, la financiarisation de l'économie, le pouvoir croissant des multinationales, etc., menée par d'autres associations.

Chacun(e) doit pouvoir comprendre les mécanismes existants, acquérir de nouveaux réflexes, rester vigilant et disposer d'informations qui permettent de consommer autrement et d'agir collectivement.

Or, les consommateurs sont souvent noyés dans une surinformation / désinformation qui tue l'information et rend aléatoire l'accès à des renseignements fiables.

Action Consommation a un rôle pédagogique vers une conscientisation globale, la compréhension des interdépendances et l'appropriation concrète d'outils et de gestes, pour contribuer à une évolution profonde des comportements, des valeurs et au renforcement de la démocratie, notamment participative et locale.

Nous nous engageons à :

- sensibiliser au pouvoir et à la responsabilité des consommateurs en tant qu'action collective
- proposer des idées pour consommer autrement et changer nos comportements
- suggérer les moyens d'interpeller les institutions et les entreprises
- valoriser les actions ponctuelles ou continues d'autres associations, en lien avec notre démarche
- contribuer au développement de l'esprit critique et à l'évolution de l'opinion publique
- défendre le droit de chacun(e) à une consommation responsable par une distribution équitable des richesses
- favoriser une économie de proximité permettant de maintenir une vie locale équilibrée
- appliquer dans notre vie quotidienne les principes que nous défendons.