



Fiche de présentation

« agir par la consommation, agir pour consommer autrement »

mars 2011

ACTION CONSOMMATION rassemble des citoyens soucieux de solidarité et de respect de l'environnement ; l'association a été créée en 2001, afin de dénoncer le consummationnisme ainsi que mettre en avant le pouvoir et la responsabilité du consommateur et les leviers d'action de chacun-e dans son rôle de consommateur et citoyen. En effet, chacun-e peut agir à travers ses gestes d'achat ou de non-achat, dans ses comportements et par l'interpellation des institutions et des entreprises.

Action Consommation mène ses propres actions, travaille en réseau avec de nombreuses organisations et relaie leurs informations. Ses partenaires sont notamment ATTAC, le Festival Image mouvementées, l'association 4D (Dossiers et débats pour le développement durable), Minga, Place Publique, RECit (Réseau des Ecoles de citoyens), Voir&Agir ; elle est membre de l'ASECO (Alliance européenne d'associations de consommateurs sociales et environnementales).

Elle anime depuis 2007 le Collectif français contre l'irradiation des aliments.

L'association est parrainée par plusieurs scientifiques et personnalités : Paul Ariès, politologue – directeur du Sarkophage, journal d'analyse politique ; Jean-Pierre Berlan, économiste, ancien directeur de recherche à l'INRA ; François Brune, enseignant et écrivain ; François Dufour, paysan, ancien vice-président d'Attac, ancien porte-parole de la Confédération paysanne ; Albert Jacquard, philosophe ; Naomi Klein, journaliste ; Gustave Massiah, économiste, fondateur de l'AITEC ; Edgar Morin, philosophe ; Henri Rouillé d'Orfeuil, agronome, président de Coordination SUD ; Sebastiao Salgado, photographe ; Jean Viard, sociologue, directeur de recherche au CNRS ; Patrick Viveret, philosophe ; Christian Velot, docteur en Biologie, maître de Conférences en génétique moléculaire à l'Université Paris-Sud.

Différentes réalisations ont jalonné ces quelques années : le site internet en 2002, un premier « guide de consommation responsable » en Val d'Oise en 2003, un kit pédagogique en 2005, l'animation du Collectif français contre l'irradiation des aliments à partir de 2007, un travail sur le thème « Consommation responsable et Territoires » à été initié, actuellement en sommeil ; un guide générique « Agir ensemble pour consommer autrement » ; de nombreux articles et interventions diverses, sans compter notre participation à différents collectifs et les actions en partenariat. Quelques associations ou groupes locaux se sont créés.

Parallèlement et peut-être aussi grâce à notre action, on a pu voir croître la **prise de conscience des enjeux environnementaux, sociaux, économiques, culturels...** et de la nécessité d'agir localement et globalement, individuellement et collectivement, par les comportements de chacun-e et par les décisions politiques. De nombreuses alternatives se mettent en place, mais de façon encore trop marginale : **les modes de production, de distribution et de consommation dominants** continuent de ravager la planète et ses habitants.

La consommation responsable, un enjeu pratique et politique

Les modes de consommation, en articulation avec les modes de production et de distribution, sont déterminés par et déterminent à la fois l'organisation de nos sociétés. Ainsi, depuis notamment la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement en 1992 (« Sommet de Rio »), l'évolution des modes de consommation est aujourd'hui réputée indispensable pour **infléchir les dégradations environnementales, sociales, économiques et culturelles** liées à nos modes de développement. Face aux enjeux écologiques et sociaux et aux défis croissants auxquels est confrontée l'humanité, la consommation responsable représente en effet un levier d'action pratique et politique.

Action collective par la somme des actions individuelles, la consommation responsable se situe à l'articulation entre les niveaux microéconomique, macroéconomique, politique et les comportements personnels. Elle permet de réconcilier et de souligner les interdépendances entre le consommateur, l'épargnant, le contribuable, le producteur et le citoyen... ici ou ailleurs. Portée par **le pouvoir et la responsabilité des citoyens dans leur rôle de consommateurs**, au-delà du « militantisme du ticket de caisse », elle constitue un réel **pouvoir d'agir** : comme levier économique, comme levier politique et comme facteur de transformation, individuelle et collective.

En effet, la remise en cause de l'économie dominante et des institutions établies, l'élaboration de nouveaux modes d'organisation de la démocratie – aux niveaux mondial et local, ne pourront aboutir valablement que si chacun se mobilise contre les fonctionnements en place mais aussi si chacun, à son niveau et dans ses actes concrets, se libère de ses conditionnements, reconsidère ses propres comportements, dans un souci constant de cohérence entre nos utopies et nos actes.

Cependant, si la consommation responsable s'avère un concept de plus en plus populaire, il en existe des interprétations fort différentes. Les discours à ce propos se limitent trop souvent aux recommandations d'écogestes et de commerce équitable, compris dans son aspect nord-sud, comme une démarche essentiellement caritative.

On assiste par ailleurs à une flagrante récupération économique des alternatives et de l'interpellation des consommateurs. La dimension collective et politique est gommée, on parle de « militantisme du ticket de caisse ».

Or, consciente ou non, **la consommation est un acte politique** car, avec les modes de production et de distribution qui y sont liés, elle a des **effets structurants sur l'organisation de la société**. C'est aussi une responsabilité politique de faire évoluer l'offre de produits et services, au niveau des institutions (par le soutien ou la contrainte vers les acteurs économiques), des entreprises (par les actions volontaristes), et des citoyens (par l'interpellation des institutions et des entreprises).

Contacts presse Action Consommation :

Téléphone : 01 48 05 86 81

En cas d'urgence : 06 86 89 78 89

presseinfo@actionconsommation.org