

## **Production, consommation, distribution : nos modèles et nos comportements face aux enjeux du développement durable**

### **Intervenants :**

Ariane Cessenat – Directrice générale adjointe de l'Union des groupements de producteurs de bananes de Guadeloupe et Martinique UGPBAN

Philippe Moati – Economiste, professeur et cofondateur de l'Observatoire Société et Consommation

Jean-Paul Mochet – Directeur général de Franprix

Animateurs : Sophie Jacquier – Professeur d'Economie et Gestion, académie de Lyon

Emmanuel Oger – Professeur d'Histoire-géographie, académie de Nantes

Compte rendu : Stéphanie Cuingnet – Professeur de Sciences économiques et sociales, académie d'Orléans-Tours

### **Quel est l'impact des activités humaines sur le développement durable ?**

En 1987, le rapport Brundtland rédigé par la commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU définissait le développement durable comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ».

Le concept de développement durable est intégré au programme en 2004.

Depuis 2007, le concept s'affine et intègre 5 dimensions : dimension environnementale, économique, sociale, culturelle et politique.

La loi de refondation pour l'Ecole (2013) inscrit ce concept transversal dans le code de l'éducation. Celui-ci apparaît dans de nombreux programmes d'enseignement en SES, en économie et gestion, en histoire-géographie ou en sciences et vie de la terre, qui le mettent en perspective et le confrontent aux notions de production, de transport, de consommation et de croissance soutenable.

3 axes de développement :

- Quels sont les modes de fonctionnement des marchés et dans quelle mesure intègrent-ils les enjeux du développement durable ?
- Quels sont les leviers pour intégrer le développement durable dans les modèles de production et consommation ?
- Quelles sont les solutions émergentes pour adapter davantage les comportements et modèles ?

- **Quels sont les modes de fonctionnement des marchés et dans quelle mesure intègrent-ils les enjeux du développement durable ?**

Exemple1 : Le marché de la banane : la banane est le fruit de la mondialisation  
La production est colossale (134 millions de tonnes dans le monde).



Les pays producteurs sont la Chine, l'Inde et l'Amérique Latine. 18 millions de tonnes sont exportées, l'Amérique centrale et du Sud est le principal exportateur.

Les pays consommateurs sont des pays d'Europe, puis les Etats-Unis, le Canada, la Russie et le Moyen-Orient.

La banane est produite dans le Sud, exportée dans le Nord.

On distingue deux modes de production de la banane :

- Une production intensive réalisée par les firmes multinationales américaines reposant sur l'utilisation de pesticides et permettant des rendements élevés. La loi tend cependant à interdire ces pesticides en Europe.

- Une production de bananes équitables permettant de sécuriser les revenus versés aux petits producteurs.

Ce second mode de production connaît un fort développement, renforcé par l'émergence d'une conscience éthique chez les consommateurs.

### Exemple 2 : Les magasins Franprix

Les magasins Franprix cherchent à répondre aux attentes des consommateurs en matière de qualité.

L'enseigne a choisi de développer de nouveaux magasins « responsables », les magasins bio Noé proposant aux consommateurs des produits variés et sélectionnés pour leur qualité : offre bio et équitable, vegan, produits en vrac...

Ce sont des magasins de proximité ayant de plus en plus un rôle social. De nouveaux services sont apparus : retrait de colis, d'argent, vente de journaux, service de livraison à domicile, collecte de vêtements...

La montée en gamme est une opportunité pour les magasins Franprix : le marché biologique connaît une progression de 25% de croissance par an.

#### ➤ **Quels sont les leviers pour intégrer le développement durable dans les modèles de production et consommation ?**

-La réglementation

-La bonne volonté des entreprises

Cela pose la question de la compatibilité entre les objectifs économiques des entreprises et le développement durable. Cette compatibilité est possible sur le marché de la banane : hausse des revenus pour l'entreprise sur les bananes équitables et bio. De plus, les prix fixes à l'année permettent de sécuriser le revenu des producteurs.

Sur la période récente, on observe une forte croissance du commerce équitable constituant une promesse citoyenne.

-Le pouvoir des consommateurs qui peuvent choisir d'acheter ou pas.

La consommation de produits bio dépend surtout de motivations personnelles (« c'est bon pour moi ») et moins de la volonté de faire un geste pour l'environnement.

#### ➤ **Comment faire évoluer nos modes de production et consommation ?**

On observe une très forte attente des consommateurs en matière de qualité (économie de la qualité).

Cette attente est compatible avec le développement durable et peut conduire à faire monter en gamme la consommation.

La montée en gamme est une opportunité chez Franprix, le marché bio connaît une forte expansion avec 25% de croissance par an. De plus, l'enseigne a choisi de



développer de nouveaux magasins de proximité et ne proposant aux consommateurs que des produits sélectionnés pour leur qualité.

On constate ainsi un changement de paradigme avec l'individualisation des modes de consommation.

Le sujet des emballages est également pris en compte par les entreprises qui développent les produits en vrac.

Cependant, il est difficile pour le consommateur de repérer la qualité du produit : manque de transparence, le consommateur est noyé sous la multiplicité des signes de qualité (bio, Max Havelaar...)

Il y a donc urgence à réformer le modèle de consommation et améliorer la transparence de l'information : les producteurs doivent délivrer une information pertinente au travers des labels par exemple.

On assiste également au développement d'une économie de la fonctionnalité : on vend de plus en plus un service, la possession de l'objet ne devient plus essentielle. (Ex : services de mobilité automobile comme Uber)

Cette économie permet de lutter contre l'obsolescence programmée, ce qui est compatible avec le développement durable.

### **Conclusion :**

Selon P.Moati, notre modèle de consommation hérité des 30 Glorieuses repose sur le registre de l'avoir.

Ce modèle présente des avantages en termes de confort, d'augmentation de l'espérance de vie mais il présente des limites environnementales. De plus, passé un certain seuil, l'élévation du niveau de consommation ne s'accompagne pas d'une augmentation de bien-être. Une nouvelle conception du bonheur apparaît reposant sur la réalisation personnelle et la volonté de donner du sens à l'existence.

La recherche du bonheur eudémonique va-t-elle supplanter celle du bonheur hédonique ?

### **Notions du programme de SES :**

Marché, production, asymétrie d'information, défaillances du marché, réglementation