

L'évolution des nouveaux modes de consommation

10 octobre 2021

Au cours de la journée, l'accent a été mis sur différents modèles alternatifs qui prennent forme et qui marquent une certaine rupture et une prise de conscience des consommateurs.

L'Indecosa-CGT a consacré toute une journée à la réflexion sur l'évolution et les enjeux de nos modes de consommation et au type de société que cela entraîne. À l'heure de l'hyperconsommation, qu'en est-il de la possibilité pour le citoyen d'opérer un choix libre et éclairé pour répondre à ses besoins, et non pas à ceux du marché, de manière plus éthique et responsable ? C'est l'une des questions à laquelle l'association de consommateurs Indecosa-CGT s'est proposé d'apporter des pistes de réflexion hier au CCAS du Brusc à travers l'éclairage de plusieurs intervenants et du débat suscité ensuite dans la salle.



Pour ouvrir la séance, le président de l'Indecosa, André Cheinet, a pointé la nécessité de s'interroger sur le lien entre les modes de consommation et le type de société qui en découle. Et a souligné, par une citation d'Axel Khan, que « l'intelligence artificielle induit un bouleversement total de nos sociétés, plus important que tout ce qu'elles ont connu depuis l'invention de l'écriture ». Un défi pour l'humanité de demain qui réclame de bien mesurer les enjeux.

Pour une consommation éclairée « Les consommateurs se trouvent au cœur de la bataille que se livrent les géants du e-commerce », prévient Gérard Casolari, en mettant en avant les opacités quant à l'utilisation des données collectées pour prévenir et alimenter les « besoins des

consommateurs ». Ce qui pose le problème des libertés et des risques de manipulation.



L'essayiste marxiste André Prone, à qui l'on doit *Pour une critique de la marchandisation* (L'Harmattan) est revenu sur l'impact de cette mondialisation quant à « la possibilité de s'émanciper, de se soigner ou de préserver la nature » « de plus en plus compromise ». D'où la nécessité de travailler, à l'émergence d'une nouvelle éthique afin de se soustraire au seul diktat du marché. « Le consumérisme est lié à un travail qui est fait de longue date par le système capitaliste qui consiste à intervenir pour faire que les besoins deviennent une marchandise », explique-t-il. Une ambiguïté fondamentale installée dans les esprits au détriment d'une consommation éclairée.

Un phénomène qui s'est fortement aggravé ces dix dernières années par « l'augmentation de la puissance médiatique qu'est la publicité et des outils informationnels ». L'auteur montre donc la nécessité d'aller « vers une contre-culture sociale ».

Un mouvement qui s'est déjà amorcé, ajoute-t-il, avec « de plus en plus de gens persuadés qu'il y a un impact environnemental sur la manière de produire et de consommer aujourd'hui ». Des citoyens qui se battent déjà pour, entre autres, des circuits courts et un transport public gratuit et non polluant.



Concernant justement les défis environnementaux, Gérard Casolari a rappelé que « si internet était un pays, il serait le 3e consommateur mondial d'électricité ».

Thierry Turpin - La Marseille du 29 oct 2021