FICHE2/3 » POURQUOI LA SURCONSOMMATION ET LE MANQUE DE RÉUTILISATION ?

Pourquoi la surconsommation et le manque de réutilisation ?

Surproduction, surconsommation, société de consommation, capitalisme. La publicité et l'obsolescence programmée des objets et des biens que nous possédons semblent nous entrainer dans un rythme effréné où on doit constamment avoir la nouvelle version de tel ou tel produit. Quand ce n'est pas le gadget dernier cri, c'est parfois l'envie d'en vouloir toujours plus qui semble animer des élans de forte consommation.[1]

Mais qu'est-ce qui nous motive tant à vouloir consommer toutes ces choses? Selon les dires de David Orr, professeur et environnementaliste étasunien :

"L'émergence de la société de consommation n'était ni inévitable ni accidentelle. Elle a résulté de la convergence de quatre forces : un mode de pensée selon lequel la Terre est à notre disposition; l'essor du capitalisme moderne; l'intelligence technologique; et, enfin, l'extraordinaire abondance de l'Amérique du Nord, où le modèle de consommation de masse a pris racine. Plus directement, notre comportement est le résultat d'une publicité intensive, du piège des crédits à la consommation, de l'ignorance des dangers que représentent la plupart des produits que nous achetons, du déclin des communautés, du mépris de l'avenir, de la corruption des politiques et du manque d'alternatives nous permettant de subvenir seul à nos moyens."[2]

Dans la vidéo L'histoire des choses[3] et dans son livre *La planète jetable*, Annie Leonard, chercheuse sur les enjeux environnementaux, met de l'avant le fonctionnement de l'économie globale matérialiste et de ses conséquences sur l'économie, l'environnement et la santé. Pendant plus de 20 ans, Annie Leonard a suivi les traces du trafic international des déchets. Dans sa vidéo, Annie dresse le constat que, de la quantité de « choses » que nous achetons, moins de 1 % seront encore en usage six mois après leur achat.

La voiture : archétype de la (sur)consommation

En achetant une voiture, *«on n'acquiert pas seulement une voiture, on acquiert aussi toute une nouvelle relation à l'espace et au temps, de la pollution, du bruit, des amis différents, des relations différentes, un statut différent, un travail pour la payer et des infrastructures énormes qui incluent entre autres des routes, des voies rapides, des stations d'essence, un habitat disséminé, des hôpitaux pour les blessés, des garages, des parkings, c'est ce qu'on peut appeler le système technosocial lié à la voiture.»*[4]

Le concept d'obsolescence peut très bien illustrer l'usage fait de l'automobile dans nos sociétés actuelles. La mise en place de nouveaux styles de voiture chaque année est un exemple d'obsolescence programmée. Ce stratagème des fabricants oblige ou incite les consommateur(rice)s à remplacer rapidement leurs produits et donc à acheter de nouvelles marchandises. C'est le cas des cellulaires intelligents, dont les pièces sont difficilement remplaçables en cas de bris, dont les mises à jour deviennent impossibles au bout de quelques années, et dont on nous bombarde de publicité liée à un nouveau modèle chaque année.

L'Étatsunien, Alfred P. Sloan, dirigeant de General Motors pendant près de 30 ans, fut un des premiers entrepreneurs à mettre de l'avant une telle façon de faire. Il a aussi mis en place une échelle de prix pour différentes marques de voitures, toutes produites par GM (Chevrolet, Pontiac, Oldsmobile, Buick et Cadillac) et qui donc n'entraient pas en concurrence entre elles, tout en rendant « captif » un(e) acheteur(euse) au sein de la famille des marques GM au fur et à mesure que son pouvoir d'achat augmentait ou que ses préférences changeaient avec l'âge.[5]

Dans son livre Énergie et équité, Ivan Illich démontre avec éloquence à quel point un véhicule comme l'automobile peut rapidement nous prendre au piège. Pourtant, les publicitaires tentent de nous faire croire le contraire en associant la voiture à la liberté et à la nature en montrant des images d'autos parcourant des paysages à couper le souffle. Pourtant, une voiture, aussi « verte » qu'elle peut prétendre l'être, demeure pour le moment un moyen de transport polluant.

Voici quelques réflexions suggérées par Ivan Illich :

- *Une bicyclette ne coute pas cher. Malgré son très bas salaire, un Chinois consacre moins d'heures de travail à l'achat d'une bicyclette qu'il conservera longtemps qu'un Américain à l'achat d'une voiture qui finira vite à la ferraille.*
- *Les aménagements publics nécessaires pour les bicyclettes sont comparativement moins chers que la réalisation d'une infrastructure adaptée à des véhicules rapides. Pour les vélos, il ne faut de routes goudronnées que dans les zones de circulation dense, et les gens qui vivent loin d'une telle route ne sont pas isolés, comme ils le seraient s'ils dépendaient de trains ou de voitures.*
- *Là où se gare une seule voiture, on peut ranger dix-huit vélos, et l'espace qu'il faut pour faire passer une voiture permettrait à trente vélos de passer. Pour faire franchir un pont à 40 000 personnes en une heure, il faut deux voies d'une certaine largeur si l'on utilise des trains, quatre si l'on utilise des autobus, douze pour des voitures, et une seule si tous traversent à bicyclette. Voici d'ailleurs* une vidéo *qui illustre le phénomène :*

Mais une question demeure… La société de consommation et la surproduction nous mènent au bord d'un précipice économique, environnemental et social. Alors pourquoi semblons-nous confrontés à un aussi important manque de réutilisation, surtout au sein des populations où la surconsommation fait des ravages?

---

1. Elizabeth Grossman, Made to Break reveals the roots of our throwaway culture. *En anglais seulement.*
2. Annie Leonard, Planète jetable, Écosociété, 2010, pp.224-225, citant David Orr.
3. L'histoire des choses.
4. François Schneider, Revue Silence, décembre 2004.
5. Alfred P. Solan.