



Regards croisés sur la consommation éthique: acteurs et enjeux socioéconomiques

Ceci est un **appel à contributions** pour un colloque sur la consommation responsable qui se déroulera les 30 et 31 mars 2017 à l'Université du Québec à Montréal. (UQAM)

Il est organisé dans le cadre des actions de l'association **d'Entraide Universitaire Mondiale du Canada** - comité local de l'UQAM (EUMC-UQAM). Il s'agit d'un groupe étudiant reconnu dont les principaux objectifs sont la lutte contre la pauvreté, la promotion de l'éducation et le développement durable.

Pourquoi ? Cette rencontre est l'occasion d'explorer les définitions du concept de consommation responsable, mais aussi les différentes facettes de son développement d'un point de vue pluridisciplinaire. Effectivement, ce colloque vise à croiser les regards en s'adressant à tous les types d'interlocuteur.trice.s ; de l'expert.e au particulier.ière, du producteur.trice au consommateur.trice. Ainsi, l'objectif est de favoriser le partage de connaissance et de mutualiser les ressources favorables au développement des modes de consommation responsable au moyen d'analyses comparatives, de réflexions communes et d'échanges.

Pour qui? Cet appel s'adresse à l'ensemble des théoricien.ne.s, mais également à des praticien.ne.s, dont l'angle de vue permettra d'établir un état des lieux des approches contemporaines de la consommation dite « responsable », mais aussi des idées novatrices permettant de favoriser de nouvelles pratiques de consommation dans le contexte mondial actuel où le phénomène de consumérisme atteint son paroxysme aux dépens de l'écologie.

Nous proposons, lors de ces deux journées portes ouvertes, de cerner quelques champs d'applications ainsi que les actions possibles et leurs conséquences. Il s'agit d'engager un travail collaboratif visant à construire un tronc commun entre des domaines apparemment dichotomiques tels que le développement économique et le développement durable tout en créant des ponts entre l'acte de consommation et ses impacts socio-environnementaux.

Axes de réflexion

- **Qu'est-ce que la consommation responsable et que signifie-t-elle ?**

La consommation responsable englobe la consommation durable et inclut autant le consommateur.trice que le producteur.trice. Une responsabilité qui a son impact sur l'écologie/l'environnement, la vie sociale, l'économie, la santé, la qualité de vie, etc.

- **Comment contribue-t-elle au développement durable ?**

« Le développement durable c'est la capacité à répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité à satisfaire ceux des générations futures »¹. Le caractère utopique longtemps associé à ce concept n'a plus lieu d'être au moment où les générations prennent conscience de l'impact de nos agissements individuels sur la communauté. De plus, le développement durable se présente de moins en moins comme un choix, mais plutôt comme une évidence dans un contexte de remise en question de la société de consommation.

- **Qui sont les acteurs de la consommation responsable et comment harmoniser leurs actions ?**

La consommation responsable représente un acte citoyen. En effet, elle s'inscrit dans la perspective du développement durable en mettant en relief les considérations sociales, éthiques et environnementales. Prioriser la croissance au détriment du bien-être environnemental dans le cadre économique et politique actuel est une posture majoritaire adoptée non seulement par des entrepreneurs et des industriels, mais aussi par des gouvernements. Certes, une tension a toujours persisté, mais en vérité il s'agit non pas d'opposer, mais plutôt de composer. Par ailleurs, l'environnement doit être considéré comme un moyen de dynamiser le marché par la recherche d'alternatives aux ressources non renouvelables en répondant ainsi aux préoccupations des consommateur.trice.s.

- **Quelles sont les initiatives entrepreneuriales qui s'inscrivent dans l'optique de la consommation responsable : état des lieux et perspectives ?**

Un intérêt accru a été porté ces dernières années à la préservation de l'environnement en valorisant, par exemple, les bienfaits de la fabrication et de la consommation de produits dits « biologiques » ou du

¹ Rapport dit Brundtland, 1987. Cité par Brunel, Sylvie (2004), *Le développement durable*, France, éd. Presses universitaires de France, col. « Que sais-je ? », p. 5.

commerce équitable. Dans ce sens, il serait intéressant d'explorer plusieurs autres concepts et initiatives qui se sont développés au fil des années.

À titre d'exemple et non à une fin exhaustive, en voici un aperçu :

- Marketing digital : le concept de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) impacte à la fois l'entreprise et le consommateur.trice. De plus en plus d'entreprises communiquent sur ce volet dans les médias en ligne. De même, le consommateur, à travers son engouement pour les réseaux, met en œuvre des actions sur la toile.
- Le Green Marketing : le marketing vert puise son essence dans les propriétés écologiques des produits biodégradables et recyclables dont il prône les vertus.
- L'Écodesign : est une approche de design qui consiste à prendre en considération l'impact environnemental d'un produit tout au long de son cycle de vie.
- La permaculture : vise la construction de lieux de vie autonomes sans perturber les écosystèmes en travaillant avec les bienfaits de la nature dans un objectif d'autosuffisance et de respect de tous.
- L'Écotourisme : centré sur la découverte de la nature et un voyage responsable dans des espaces naturels et écologiques.

▪ **Quels discours et stratégies devons-nous entreprendre pour promouvoir la consommation responsable et faire face au scepticisme écologique ?**

Le scepticisme écologique peut naître de la déconnexion entre les discours et les réalisations concrètes. Il y a une part d'immatérialité dans les programmes de sensibilisation, car tout le processus ne met pas suffisamment en exergue l'« effet papillon » : une petite perturbation dans un système peut avoir des conséquences considérables. Il s'agit de situer le consommateur.trice dans une posture active au lieu de le laisser dans l'expectative des changements majeurs attendus.

▪ **Quels comportements le consommateur peut-il adopter pour devenir un véritable protagoniste responsable en matière de consommation ?**

Plusieurs initiatives individuelles, collectives et même gouvernementales ont été entreprises afin de sensibiliser davantage les consommateur.trice.s aux enjeux socioéconomiques de leurs comportements. En effet, il existe d'ores et déjà plusieurs dispositifs pertinents qui s'inscrivent dans cette perspective : réduction à la source, réemploi, recyclage, valorisation². Il s'agit de conceptualiser certains modes de pensée comme la consom'action selon laquelle « on peut « voter avec son caddie » en choisissant à qui l'on donne son argent, de consommer de façon citoyenne et non plus seulement de manière consumériste »³.

² <http://www.mddelcc.gouv.qc.ca/jeunesse/chronique/2005/0512-3rv.htm> consultée le 24 janvier 2017.

³ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Consom'action> consultée le 25 janvier 2017.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Les propositions doivent être envoyées au plus tard le **3 mars 2017** à l'adresse eumc@uqam.ca et contenir :

- un titre et un résumé de **500** mots maximum
- une présentation de l'auteur(e) : nom, prénom, profession, affiliation, courriel.

En cas de réponse favorable, un avis d'acceptation vous sera délivré au plus tard le **10 mars 2017**.