

PHILIPPE LEROUVILLOIS, • Economiste, consultant, professeur associé INPL-ENSAIA.

Cosmétique du durable

Ah qu'elle est douce à nos oreilles la comptine des aspirations du bobo bio: ma nouvelle Prius hybrid, mon iPhone en bambou, du Scellier BBC, des légumes AMAP propres...

Dans ce joli concert l'économiste lugubre aligne des faits têtus : pas de bio pour les 10% des Français les plus pauvres (moins de 625 € de revenu mensuel par personne); ils ne consacrent en moyenne que 245 € aux dépenses incontournables que sont l'alimentation, le transport, la santé et l'éducation; on se demande même comment le Français moyen avec seulement 616 € de budget consacré aux mêmes dépenses peut s'alimenter durable!

D'ailleurs, depuis 2007, on se détourne des labels et on privilégie le hard discount pour comprimer le budget alimentaire et préserver d'autres dépenses: du high tech! Les plus pauvres, eux, n'ont pas même les moyens d'accéder aux recommandations nutritionnelles (5 fruits et légumes par jour!). Un dernier chiffre : en 30 ans, le pourcentage de Français qui déclarent s'imposer des restrictions budgétaires en matière de soins médicaux est passé de 3 à 13%.

Dans ce contexte, on comprend bien que la taxe carbone à la française ait pu être remise tranquillement à des lendemains qui déchantent, à des calendes européennes, au grand soulagement de tous! D'autant plus qu'elle aurait plus durement touché les plus défavorisés dont la part de l'énergie dans le budget est élevée.

Comment faire bouger les comportements pour préserver la planète ? Les économistes préconisent de taxer tandis que le Français moyen répond dans les urnes et par sa consommation qu'il n'a pas les moyens de payer pour l'environnement. On aboutit donc à un développement durable cosmétique ; du discours, des sanctuaires préservés, des niches de consommation de produits verts pour les plus riches.

Revenons à la définition Brundtland du développement durable avant que le concept n'ait été totalement vidé de son sens par le marketing sous toutes ses formes : «c'est un mode de développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion: - le concept de «besoins», et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité - l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir.»

Cette définition montre clairement que le développement durable n'est qu'une question de justice sociale: répartir les richesses entre les humains vivant aujourd'hui, en priorité vers les plus défavorisés; allouer les ressources non renouvelables entre les générations présentes et à venir. Cette capacité à se projeter dans l'avenir et à faire preuve d'altruisme envers les générations futures dépend d'ailleurs essentiellement du bien-être actuel des individus, notamment de la manière dont ils se sentent considérés et de l'estime qu'ils ont d'eux mêmes.

Une preuve ? Dans une étude en cours sur les bénéfices sociaux générés par une entreprise d'insertion, tous les salariés enquêtés nous ont déclaré spontanément que l'un des bénéfices importants que l'entreprise apporte est sa contribution à la préservation de l'environnement. **Pourquoi ?** Car l'entreprise met en œuvre une politique sociale telle que ses salariés adhèrent fortement aux valeurs défendues par sa direction, dont la préservation de l'environnement.