

Observatoire du Management Alternatif  
Alternative Management Observatory

—  
Essai

**Réconcilier la déconsommation avec l'économie  
de marché : Différentes approches**

Lauren Haddon, Ronan de Pins, Jordane Lagneaux,  
Yann Auger, Vaité Leprince-Ringuet

Avril 2009

Majeure Alternative Management – HEC Paris  
2008-2009

## Genèse du présent document

Ce document présente une succession d'essais écrits par les étudiants de la Majeure Alternative Management (2008-2009) dans le cadre du cours « Corporate Social (Ir)responsibility » donné par David Bevan dans le cadre Majeure Alternative Management, spécialité de troisième année du programme Grande Ecole d'HEC Paris.

### **Pensez !**

Cette sélection de cinq essais représente un hommage indicatif aux aspirations naissantes de la Majeure Alternative Management, classe 2008/9. Ces cinq travaux, tous différents les uns des autres, exemplifient et reflètent la subjectivité et l'individualité des réponses apportées par les auteurs aux défis proposés dans le titre de l'essai : « 'La déconsommation peut paraître un idéal incongru dans le contexte majoritaire de l'économie du marché.' En vous servant de quelques matières que vous avez acquises pendant le cours, articulez une réaction à contention et suggérez de façon plausible et critique comment 'moins' pourrait devenir un bien de consommation dans le contexte du marché. »

Le cours en soi commence en considérant le contexte du Modernisme dans une perspective de systèmes. Après cela, nous découvrons l'agencement constitutif du rationalisme économique dans l'économie politique de la consommation. Je suis aussi étonné par cette situation que quiconque ; je n'adopte donc pas de position autoritaire. Nous considérons plutôt l'évidence – prévisible ? – d'un bouleversement écologique d'un système global et complexe, et nous questionnons à plusieurs reprises les axiomes qui sont considérés comme orthodoxes. De cette façon, nous pouvons re-examiner ce qui est familier et accepté comme évident, et questionner la base des règles et des institutions avec lesquelles nous vivons. Ceci a tendance à problématiser la supériorité de l'égoïsme rationnel et le droit suprême de l'individu.

Bien sûr, comme nous le savons de Robert Nozick (1998), l'acte même de penser est une activité anticapitaliste. Mais penser à-propos de penser, ou de ne pas, offre au moins une idée du dysfonctionnement des communs globaux ; que nulle personne est en train de penser ? Félicitations à tous les participants sérieux et énergiques du cours de cette année : C'est un privilège et un plaisir de travailler avec un tel groupe. Je vous prie de lire avec soin et de célébrer les voix pensantes et éloquents de notre avenir potentiellement plus responsable.

Nozick, R. (1998), "Why do intellectuals oppose capitalism?", Cato Policy Report January/February, 1998).

**David Bevan**

## Genesis of the present document

This document presents a succession of essays written by students of the Alternative Management Major (2008-2009) in David Bevan's class, "Corporate Social (Ir)responsibility", part of the Alternative management Major, a third-year specialization in the HEC Paris's Grande Ecole program.

Think!

This selection of five essays is an indicative tribute to the opening aspirations of the Alternative Management Major Class of 2008/9. The five works, each distinct and different, exemplifies and reflects the subjective, individual responsiveness of the authors to the challenge set in the title of the essay. "Déconsommation can appear as an incongruent ideal in the framework of mainstream free-market." Using some material you have gleaned from the course, articulate a reaction to this contention and suggest plausibly and critically how less might become a consumer commodity in the market context.

The course itself begins with considering the context of Modernism in a systems perspective: following this we discover the constitutive agency of economic rationalism in the political economy of consuming. I am as puzzled by this situation as anyone else and so I take no authoritative position. Rather we reconsider the evidently – predictably? - collapsing ecology of such a globally complex system and question over and over those axioms which are taken to be orthodox. In this way we may re-examine what is familiar and taken for granted, and question the basis of the rules and institutions with which we live. This tends to problematise the superiority of rational egoism and the supreme right of the individual.

Of course, as we know from Robert Nozick (1998) thinking itself is basically an anti-capitalist activity. But thinking about thinking or not provides an at least one understanding of the dysfunctional state of the global commons: that no one out there is actually thinking? Congratulations to all the serious and energetic participants on this year's course: it is a privilege and a pleasure to work with such a group. Please read with care and celebrate the thoughtful and articulate thinking voices of our potentially more responsible future.

Nozick, R. (1998), "Why do intellectuals oppose capitalism?", Cato Policy Report January/February, 1998).

**David Bevan**

### Charte Ethique de l'Observatoire du Management Alternatif

Les documents de l'Observatoire du Management Alternatif sont publiés sous licence Creative Commons <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/fr/> pour promouvoir l'égalité de partage des ressources intellectuelles et le libre accès aux connaissances.

L'exactitude, la fiabilité et la validité des renseignements ou opinions diffusés par l'Observatoire du Management Alternatif relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

# Réconcilier la déconsommation avec l'économie de marché :

## Différentes approches

Résumé : Cette sélection de cinq essais représente un hommage indicatif aux aspirations naissantes de la Majeure Alternative Management, classe 2008/9. Ces cinq travaux, chaque distinct et différent, exemplifient et reflètent la subjectivité et l'individualité des réponses apportées par les auteurs aux défis proposés dans le titre de l'essai : « 'La déconsommation peut paraître un idéal incongru dans le contexte majoritaire de l'économie du marché.' En vous servant de quelques matières que vous avez acquies pendant le cours, articulez une réaction à contention et suggérez de façon plausible et critique comment 'moins' pourrait devenir un bien de consommation dans le contexte du marché. » Dans le premier essai, **Lauren Haddon** fait une analyse comparative entre une vision moderne et postmoderne de la consommation pour trouver une approche qui permet d'intégrer la déconsommation dans l'économie de marché. Ensuite, **Ronan de Pins** envisage d'adopter la déconsommation comme nouvel idéal du libre marché à travers la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). **Jordane Lagneaux** propose de faire du « moins » un bien de consommation et de modifier notre rapport à l'objet de consommation. **Yann Auger** suggère que le concept de déconsommation n'est pas nouveau en économie, et que ce thème sera repris par le système libéral autant par souci économique qu'environnemental. Finalement, **Vaïté Leprince-Ringuet** évoque le rôle que peuvent jouer la « moralité » et les « idéaux » dans l'économie, ceci comme point de départ pour une réconciliation entre la pratique du marché et la théorie de la déconsommation.

David Bevan

Mots-clés : Déconsommation ; Décroissance ; Consommation ; Économie du marché ; Libre marché ; Modernité ; Postmodernité ; Idéaux ; Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) ; Dématérialisation ; Société de consommation ; Valeurs

## **Reconciling deconsumption with the market economy : different approaches**

Abstract: This selection of five essays is an indicative tribute to the opening aspirations of the Alternative Management Major Class of 2008/9. The five works, each distinct and different, exemplifies and reflects the subjective, individual responsiveness of the authors to the challenge set in the title of the essay. “Déconsommation can appear as an incongruent ideal in the framework of mainstream free-market.” Using some material you have gleaned from the course, articulate a reaction to this contention and suggest plausibly and critically how less might become a consumer commodity in the market context. In the first essay, **Lauren Haddon** offers a comparative analysis between a modernist and post-modern vision of consumption in order to find an approach that allows integrating deconsumption within the market economy. Then, **Ronan de Pins** envisages adopting deconsumption as the market economy’s new ideal, focusing on the role of corporate social responsibility. **Jordane Lagneaux** proposes making “less” a consumer commodity and to modify our relation to consumer commodities in general. **Yann Auger** suggests that the concept of deconsumption is not new in economics, and that this theme will be adopted by the free market for financial as well as economic reasons. Finally, **Vaïté Leprince-Ringuet** evokes the potential roles that “morality” and “ideals” can play in the economy, using this as a starting point for reconciliation between the practice of the market and the theory of deconsumption.

David Bevan

Key words: Deconsumption; Decrease; Consumption; Market economy; Free market; Modernity; Post-modernity; Ideals; Corporate social responsibility; Dematerialization; Consumer Society; Values

# **La déconsommation peut paraître un idéal incongru dans le contexte majoritaire de l'économie du marché**

--

**Par Lauren Haddon**

Résumé: Cet essai aborde la consommation selon deux points de vue théoriques à savoir une vision moderniste versus une vision postmoderne de la consommation. Il sera avancé que selon le point de vue adopté dans l'analyse de la consommation, l'approche envers la déconsommation changera. À partir d'une analyse de la consommation, cet essai tentera de déterminer la manière dont le paradigme de la déconsommation peut être intégré et accepté par l'économie de marché.

Mots-clés: Modernité – Postmodernité – Consommation – le Sujet

## **Déconsommation can appear as an incongruent ideal in the framework of mainstream free-market**

--

*By Lauren Haddon*

Abstract: This essay will approach consumption through two theoretical standpoints: the modernist versus the postmodernist point of view. The author will thus aim to show that depending on the vantage point, approaches to deconsommation change. From an analysis of consumption patterns, this essay will look at how the deconsommation paradigm can be integrated and accepted by the free-market.

Key Words: Modernity - Postmodernity – Consumption – Human subject

---

“Déconsommation can appear as an incongruent ideal in the framework of mainstream free-market” Using some material you have gleaned from the course, articulate a reaction to this contention and suggest plausibly and critically how ‘less’ might become a consumer commodity in the market context.

When studying the notion of deconsommation, it is important to first define what we consider deconsommation to entail. In this essay, I will approach this paradigm in only one of its aspects: the voluntary or conscious deconsommation. However, there also exists a form of forced deconsommation induced by diminishing available resources (be they economic or natural resources). The standpoint, that I will assess here, is one in which the consumer chooses to consume ‘differently’ or ‘less’ and thus influences producers of the free-market. I thus wish to see whether these models of consumption actually have a future or whether these attitudes will remain on the fringe of our consumer society.

In order to assess this contention, I will approach deconsommation from two

theoretical analyses of our society<sup>1</sup>: the first will be from a modernist standpoint and the second will be more from a postmodernist point of view. I will try to show through this essay that depending on the theoretical approach that one can take, the deconsommation paradigm and its integration and acceptance by a free-market system will follow two different paths. Before looking into these two theories though, I will firstly and briefly examine a few theories of consumption.

It is widely recognised that we live in an increasingly globalised world in which culture seems to no longer tie men together as much as consumption, and by extension acquisition, does. It seems that we live in a more and more individualistic society and it could be argued that a decline in the importance of tradition could be, to a certain extent, paralleled with a rise in the importance of consumption.<sup>2</sup> Furthermore consumption is generally viewed as something personal and individualistic. We largely believe that the products we consume are the result of our unique choices and our free will.

Bourdieu, however, in *Distinction* (1979) argues that consumption and especially our tastes are conditioned by our social status.<sup>3</sup> Bourdieu's claim would thereby seem to indicate that control over the choice of commodities and the way that they are used are not part of our individual choices.

Mary Douglas, on the other hand, claims that in reality the choices that we make concerning our consumption are individual only to the extent that they are informed by our social status and identity or at least the social standing and identity that we would like to acquire.<sup>4</sup> Consumption therefore can be seen as an expression of whom you are and more importantly of whom you would like to be. Therefore, consumption can be seen as a vital tool in constructing our identities.

Miller goes further than both Bourdieu and Mary Douglas by arguing that objects "provide the basis for socialisation into distinct social roles"<sup>5</sup> and thereby claims that consumption is not a representation of culture, but rather the shaping factor of culture in our current societies and bases his argument on his belief that material and social processes are inseparable.<sup>6</sup>

Consumption processes, as well as deconsommation, are thus according to this view part and parcel of the cultural aspects of our society but also of our economic model of organisation. In order to grasp how consumption patterns may affect our economic model (currently based on the free-market theory), I will proceed to the analysis of two different theoretical models of the subject and of the consumer namely that of modernism and postmodernism.

Modernism is considered to be the study of "modernity" or the period of Western history starting from the late sixteenth century up to the present.<sup>7</sup> As a philosophical concept, modernism often entails a number of assumptions regarding the human subject and social organisation during this period namely "the rule of reason and the establishment of rational order; the emergence of the cognitive subject; the rise of science and an emphasis on material

---

<sup>1</sup> Due to space constraints I will not in this essay provide concrete examples and rather base the discussion of deconsommation on a purely theoretical level.

<sup>2</sup> Miller, D. (1995) 'Consumption studies as the transformation of anthropology' in Miller, D. (ed.)

*Acknowledging Consumption*. London: Routledge. p.265

<sup>3</sup> Bourdieu, P. (1979). *Distinction*. London: Routledge. p.6

<sup>4</sup> Douglas, M. (1992). *Objects and Objections*. Toronto: The Toronto Semiotic Circle. p.56 and p.86; Douglas, M. & Isherwood, B. (1978). *The World of Goods*. London: Penguin Books. p. 60 and p.141

<sup>5</sup> Miller, D. (1995) *Op. Cit.* p.276

<sup>6</sup> *Ibid.*, p.283

<sup>7</sup> A. Fuat Firat & A. Venkatesh. (1995) 'Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption' in *Journal of Consumer Research*, Volume 22, p.240

progress through the application of scientific technologies; realism [...]; the separation of the sphere of the production, which is institutionally controlled and public, from the sphere of consumption, which is domestic and private.”<sup>8</sup> Modernist authors, which include authors ranging from Adam Smith to Emile Durkheim through Karl Marx, are often known for their grand narratives and universalism. In the realm of consumption studies, modernists view the consumption system as an economic system that dissociates the consumer from the producer. Relegated to the private sphere, the consumer destroys the value created by the producer.<sup>9</sup> Thereby, in a modernist perspective deconsommation can only occur from a top-down initiative, instigated by the producers themselves. Consumers can initiate the realisation that ‘less’ can be more but the final decision to produce ‘less’ will ultimately come from the producers because they recognize the existence of a mass demand for such products and ways of production. This can be understood in the dialectic of the consumer in modernist theory: on the one hand the consumer is vilified as consumption is seen as a profane act of value destruction, and on the other hand (and simultaneously) the consumer is glorified and treated as a fetishized object justifying and legitimising the act of production.<sup>10</sup>

Isherwood and Douglas in *The World of Goods* (1978) argue that consumption is not only about creating “visible statements about the hierarchy of values which their chooser subscribes” to, but that it is also about communication and thus power.<sup>11</sup> Foucault, as one of the most active postmodernist writers on power, contends that power is “a system of relations spread throughout the society”<sup>12</sup> and that “no relationship of power [is possible] without the means of escape or possible flight.”<sup>13</sup> Considering this theory then, deconsommation can be seen as one of the sights of resistance of our society of consumption. Foucault would thus argue that deconsommation is not only a necessary part of the assertion of consumer society on the human subject of the Twenty First Century but that deconsommation is probably a voluntary (but not necessarily conscious) product of consumer society and that thereby that it has become a way of asserting the market’s power over the human subject. Deconsommation is thus an integral part of the free-market but does not however create an alternative way of production; rather it reinforces the existing market and market relations.

Other postmodernist theories argue that the human subject cannot be considered to be a unified and cognitive subject, as modernists tend to argue, but rather that it is a fragmented and communicative subject.<sup>14</sup> Consumption is thus a process of communication whereby the act of consumption enters the realm of production precisely by the choices and ways of consumption of the post-modern consumer.<sup>15</sup> It then follows that the producer only has a limited power over the way that its products are consumed in the sense that consumption becomes part of the process of identity construction for the consumer and thus each consumer will use in slightly different ways and for slightly different reasons each product. By moving out of the realm of consumption as limited to the destruction of a product, postmodernist theory contends that consumption can not only influence production but that it is part of the production process.<sup>16</sup> Furthermore, if we accept the contention of a growing individualisation of our society, we can see how different modes of consumption become the rule rather than

---

<sup>8</sup> *Ibid.* p.240

<sup>9</sup> *Ibid.* p.242, p.257

<sup>10</sup> A. Fuat Firat & A. Venkatesh. *Op. Cit.* p.257.

<sup>11</sup> Douglas, M. & Isherwood, B. (1978). *Op. Cit.* p.5, p.89

<sup>12</sup> Mills, S. (2003) *Michel Foucault*. London: Routledge. p.35

<sup>13</sup> Foucault, M. (1983) ‘The Subject and Power’ in Dreyfus, H.L. & Rabinow, P. (eds.) *Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Chicago: University of Chicago Press. p. 225

<sup>14</sup> A. Fuat Firat & A. Venkatesh. *Op. Cit.* p.257

<sup>15</sup> Sansaloni, R. (2006) *Le non-consommateur : comment le consommateur reprend le pouvoir*. Paris: Dunod. p.133

<sup>16</sup> A. Fuat Firat & A. Venkatesh. *Ibid.* p.260



the exception.<sup>17</sup> Henceforth the fragmentation of the human subject allows us to understand how deconsommation can become an integral part of the free-market's model of consumption and how consumers can influence the free-market into integrating deconsommation as part of their model of production. This approach thus favours a bottom-up view of change as opposed to the top-down modernist approach.

By analysing deconsommation through a postmodernist perspective I hope to have shown how agency can be restored to the human subject and how "the idea that consumption merely maintains, sustains, replenishes, or satisfies is no longer a viable one."<sup>18</sup> Deconsommation can thus no longer be viewed as an incongruent ideal in the framework of the free-market but must rather be seen as one of the ideals of the free-market. Furthermore from a postmodernist theory perspective, the very fact of talking, thinking, writing and analysing deconsommation means creating a deconsommation discourse (in a Foucauldian sense) for the consumer as well as for the producer and thus producing a certain reality.<sup>19</sup>

In a final point, I would like to argue however that maybe deconsommation can only become an active part of the free-market discourse depending on how the actors of the free-market view and construct themselves: if we agree with the idea of constructed realities doesn't it mean that our beliefs on the ability of the human subject to alter production through consumption will be informed by the way we view the human subject and its agency. If we are more inclined towards a modernist perspective, we will approach deconsommation from a top-down perspective and work (if it is what we are striving for) towards changing processes from the producers level; whereas if we are inclined towards a postmodernist perspective, we will approach deconsommation from a bottom-up perspective and thus work towards reinforcing consumers consumption processes. The solution probably lies in an integration of both top-down and bottom-up processes which in an ironic twist only goes to reinforce postmodernist views on the fragmented subject.

### **Bibliography:**

- Bourdieu, P. (1979). Distinction. London: Routledge.
- Douglas, M. (1992). Objects and Objections. Toronto: The Toronto Semiotic Circle.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1978). The World of Goods. London: Penguin Books.
- Foucault, M. (1983) 'The Subject and Power' in Dreyfus, H.L. & Rabinow, P. (eds.) Beyond Structuralism and Hermeneutics. Chicago: University of Chicago Press.
- Fuat Firat, A. & Venkatesh, A.. (1995) 'Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption' in Journal of Consumer Research, Volume 22, pp. 239-264
- Miller, D. (1995) 'Consumption studies as the transformation of anthropology' in Miller, D. (ed.) Acknowledging Consumption. London: Routledge.
- Mills, S. (2003) Michel Foucault. London: Routledge.
- Sansaloni, R. (2006) Le non-consommateur: comment le consommateur reprend le pouvoir. Paris: Dunod.

---

<sup>17</sup> Sansaloni, R. *Ibid.* p.197

<sup>18</sup> A. Fuat Firat & A. Venkatesh. *Op. Cit.*.p.197

<sup>19</sup> *Ibid.*. p.258

# Déconsommation : Vers un nouvel idéal

---

*Par Ronan de Pins*

**Résumé:** La déconsommation est une des réponses les plus en vogue à la crise écologique qui nous menace. Mais comment appliquer cette solution sans mettre en cause les principes de l'économie du marché, qui semblent inextricables d'une croissance de consommation ? Pour cela, il faut réévaluer les idéaux même de l'économie de marché. Nous acceptons déjà de penser aux intérêts économiques dans un contexte social plus large à travers la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE). Adopter la déconsommation comme nouvel idéal du libre marché, c'est adapter la logique de la RSE aux conditions sociales et écologiques actuelles.

**Mots clefs :** Déconsommation ; Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) ; Développement durable.

# Deconsommation : Towards a new ideal

---

*By Ronan de Pins*

**Abstract:** Deconsumption is one of the most often cited responses to the ecological crisis before us. Yet, how do we apply this solution without undermining the principles of the free market, which seem inextricably linked to growth in consumption? In order to do this, we must reevaluate the very ideals of the market economy. We are already willing to consider economic interests within a wider social context through the concept of Social Responsibility of Corporations. To adopt deconsumption as a new ideal of the free market is to adapt that concept to our current social and economic conditions.

**Key words :** Déconsommation ; Corporate Social Responsibility ; Sustainable Development

---

## Introduction

Aux crises s'invite en général la déconsommation, subie. Voilà le pire cauchemar de l'économie capitaliste : un système sans demande, sans investissement, sans crédit, cassé, qui entraîne inévitablement la récession. Déconsommer, dans notre modèle classique de libre-marché, c'est prendre le chemin inverse de celui qui mène au profit et à la création de richesse pour tous. C'est dire à quel point l'instituer en nouvel idéal serait incongru.

La déconsommation est un concept en vogue pourtant. C'est d'abord la réponse au danger écologique : consommer moins, c'est détruire et polluer moins. Choisi et responsable, parfois, ce comportement devient une tendance générale... subie, en temps de crise. Pour vendre, les entreprises vont communiquer par empathie avec un client sans argent. « Devenez radin » communique *Priceminister* sur internet. Bien-sûr, il a toujours été question de compétitivité : « écraser les prix » et « combattre la vie chère ». Mais la donne est différente aujourd'hui : alors que les Français se désespèrent sans fin de retrouver le pouvoir d'achat des années Glorieuses, la publicité, non sans cynisme, a un temps d'avance et change, enfin, pour communiquer sur le bon, le social et le durable. « La qualité pour tous » (*Carrefour*), c'est aussi « Ensemble, mieux manger, mieux vivre » (*Nestlé*).

Nous voyons bien que toutes ces « déconsommations » sont différentes selon que l'on se place du côté des économistes libéraux, du ménage RMIste ou du publicitaire d'un groupe de grande distribution... Elle peut être « non-consommation » ou « moindre consommation ». Elle a aussi une dimension qualitative : « consommer intelligent » ou « consommer naturel ». En perspective, la déconsommation s'inscrit au cœur des enjeux sociaux, économiques et environnementaux, les trois bases du développement durable.

L'enjeu est de taille. Il s'agira alors de bien comprendre le phénomène de déconsommation, voir en quoi il est pertinent et ce qu'il implique. Nous commencerons par interroger la sphère du développement durable, dont le concept même de déconsommation est issu.

## **1. La déconsommation ? Au nom de quoi ?**

La déconsommation est sans doute une des toutes premières réponses qui a été donnée au problème écologique. Dès les années 1960, le mouvement dit du « zégisme » appelait à la croissance zéro pour sauver la planète. La déconsommation participerait ainsi au développement durable, à savoir la vie sur terre en bonne intelligence avec notre environnement pour ne pas affecter nos contemporains ni les prochaines générations. Aujourd'hui, il y a effectivement une crise écologique structurelle.

### **1.1 La crise écologique**

Elle n'est ni soudaine, ni imprévue mais il a fallu attendre un engagement militant et des outils statistiques nécessaires pour attester de son inéluctabilité. D'importants relais comme Al Gore et Davis Guggenheim pour leur film *An Inconvenient Truth* (2006) ou encore Nicolas Hulot en France ont récemment réussi à imposer aux gouvernements une responsabilité environnementale. Véritable lobby, l'écologie reste un engagement désintéressé, si ce n'est dans le sort de la planète. Il s'appuie sur des faits alarmants.

Trois facteurs se combinent et progressent de façon presque incontrôlable :

- La croissance démographique (9 milliards d'être humains sur terre en 2050)
- La périssabilité des ressources (en 10 ans, la forêt amazonienne perd l'équivalent de la superficie de la France)
- Les changements climatiques (depuis 1950, plus de 90% du réchauffement climatique serait dû à l'homme).

La convergence de ces phénomènes est due à l'activité humaine : exploitation, pollution, émission des gaz à effet de serre... Une autre façon de s'en apercevoir est le calcul de l'empreinte écologique. Alors que seulement 1.8ha de terre exploitable/ par individu sont disponibles sur terre, nous en consommons 2.23ha (9.4ha pour un Nord-Américain !). C'est-à-dire que nous consommons plus que ce que la terre nous offre.

Comment répondre à ce problème ? Le coupable est un système économique qui par nature n'a de seule éthique que la recherche de profit (M. Friedmann). Combattre la crise écologique, c'est alors introduire de nouvelles exigences dans les entreprises.

### **1.2 Repenser l'entreprise et l'activité économique : vers la RSE**

La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) correspond aux « *attentes de nature économique, légale, éthique et philanthropique de la société à un moment donné vis-à-vis d'une organisation* » (Carroll & Buchholtz 200 :35). Elle est appelée au secours de la loi (en *soft law*, incitatives, par opposition aux *hard law*, coercitives). Elle ne relève donc pas du légal mais de l'éthique : il ne faut pas être en règle mais responsable.

Etre responsable pour l'entreprise, c'est encore comprendre qu'elle agit collectivement et globalement. Son action est collective puisqu'elle est celle d'une agrégation d'acteurs économiques et sociaux, d'une institution. Elle est aussi globale car elle ne se fait qu'au contact d'une multitude d'autres acteurs qu'elle affecte même sans le savoir. Ce sont les *stakeholders*, les invités de force aux enjeux et conséquences d'une activité.

La RSE apparaît donc comme le manuel d'instruction et d'action, alternatif et nécessaire, pour ne plus détruire, ne plus polluer et ne plus creuser d'inégalités.

Mais le coupable n'est plus la seule entreprise. Il est tout *stakeholder* entré dans le système et « forcé » à y participer. Si le modèle de la RSE s'impose dans les entreprises pour penser éthiquement ses actions (rechercher moins de croissance, des profits sur le plus long terme), les crises écologiques et sociales demandent à toute la société de repenser son mode de vie, son rythme de consommation.

### **1.3 Repenser la société et les besoins humains : la déconsommation**

La déconsommation revient donc comme la réponse particulière à la crise écologique structurelle. Elle est invoquée au nom de la sauvegarde de la planète, comme seule et radicale solution.

Elle n'appartient donc plus seulement au champ de la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) mais à un champ plus vaste qui serait d'une responsabilité sociale citoyenne et individuelle. Chacun est appelé à penser son mode de vie et son comportement en fonction d'autrui, du bien public et des générations futures.

Evidente, cette solution de la déconsommation n'en reste pas moins une gageure un peu folle. Entendue dans sa première acception, viser la déconsommation reviendrait à moins consommer et donc aller à l'encontre du fondement de l'économie capitaliste du monde contemporain.

Il faut alors interroger le concept plus en avant pour comprendre sa validité et l'utilisation que de nombreux acteurs économiques, sociaux et environnementaux en font depuis déjà quelques années.

## **2. La déconsommation à l'épreuve de la réalité**

Il existe plusieurs variables qui expliqueraient le succès d'un idéal, d'une valeur « déconsommation ». Si sa première acception, la « non consommation » est évidente et théoriquement adaptée au problème de la crise écologique, il faut sans doute définir le concept de façon plus profonde et plus fine pour l'adapter à la société contemporaine. Il s'agira ensuite d'interroger ses différents niveaux d'application : où est-elle et où peut-elle être efficace et atteindre l'objectif du développement durable.

### **2.1 Un concept et un comportement à rebours ?**

Le système économique et social moderne de la majorité de la planète et en particulier de ses pays les plus développés est le capitalisme. Il repose sur le capital et le travail. Son objectif est la croissance et en cela les acteurs de ce système, en *homo oeconomicus*, vont systématiquement chercher à augmenter et maximiser leur profit. En théorie une « main invisible », invoquée par Adam Smith, harmonise l'offre et la demande pour le plus grand profit de tout individu. Dans cette perspective harmonieuse, si l'entreprise produit, il faut un consommateur. Et pour qu'elle augmente ses profits, il faut toujours plus de production et toujours plus de consommation. Cette croissance est alors un cercle vertueux qui améliorerait le niveau de vie de la société.

Déconsommer reviendrait à briser ce cercle. La consommation est si importante dans ce système qu'elle ne devrait souffrir d'aucune remise en question. C'est un fait, un mécanisme.

Ce n'est pas une valeur spécifique à un courant politique ou économique. Monétaristes et keynésiens, libéraux et dirigistes, tous lui prêtaient la même place stratégique : la consommation est un pilier de la société contemporaine. Et si les « Classiques » laissent faire le marché, l'école keynésienne va même stimuler la demande et encourager à la consommation en prônant des augmentations de salaire ou la facilité d'obtention de crédits à la consommation.

Du côté de l'individu, on parle de « consommateur » ou de « client », en théorie et en pratique dans la vie de tous les jours. Nous nous reconnaissons tous clients et consommateurs. De ce point de vue, sociologique plus qu'économique, consommer est un mécanisme naturel qui consiste à utiliser des ressources pour en obtenir un plus grand bien.

La clef de la déconsommation est sans doute ici : distinguer le mécanisme « consommation », naturel et obligatoire en société, d'une valeur « consommation » qui est apparue beaucoup plus tardivement et qui connote égoïsme et destruction. Consommer n'est pas mauvais en soi mais dangereux. C'est seulement ici, face à une valeur, que la responsabilité, individuelle et collective, peut intervenir.

## **2.2 Déconsommation : consommer responsable**

La déconsommation prend alors tout son sens. Il s'agit de gommer les excès de la consommation et ses effets pervers. Etymologiquement, déconsommation signifie « consommer moins ». Ce n'est pas rejeter cette finalité que d'expliquer autrement le processus de déconsommation. Il s'agit surtout de consommer responsable, intelligent. Et au final, après avoir été responsable, on arrivera naturellement à un niveau de consommation en dessous des limites des ressources disponibles. Déconsommer, c'est consommer mieux pour consommer moins.

Compris dans ce sens, la déconsommation devient plus applicable dans le système capitaliste. Elle est une valeur plus innovatrice qu'incongrue ou originale.

Du point de vue économique, pour le système de production, ce n'est pas tant abandonner le profit que le chercher ailleurs, avec un nouveau cahier des charges, dans la qualité, la sécurité et la durabilité. Cela implique la fin de l'obsession pour la rentabilité maximale et donc celle des spéculations sur titre et des bulles : moins de profits donc mais moins de crises aussi et plus de pérennité du système.

Du point de vue sociologique, pour l'individu et la société, c'est apprendre que l'accomplissement personnel est ailleurs que dans le « tout acheter ». La satisfaction est presque souvent importante dans une certaine forme d'abstinence, la tempérance sans doute.

Plus généralement, la déconsommation est la compréhension des travers et des gaspillages du système économique de ces dernières années. Sans automatiquement chercher à réduire son panier de course, c'est en éliminant directement ou indirectement gaspillages et erreurs que l'on consommera au final moins de ressources naturelles.

Encore faut-il savoir la mettre en application.

## **2.3 Devenir et succès de la déconsommation : s'imposer à tous les niveaux**

La déconsommation devrait pouvoir s'appliquer efficacement puisqu'on y trouve de la réflexivité, principe indispensable à toute mesure de RSE et de responsabilité sociale en général. La déconsommation est réflexive car chacun y trouve un intérêt : la nature bien-sûr, préservée, et les générations futures, les individus qui gagnent une meilleure qualité de vie et les entreprises qui s'inscrivent dans une logique de développement et de profit plus sûre.

Cette nouvelle valeur est si crédible qu'elle déjà présente dans les mouvements et comportements des acteurs économiques et sociaux. Malheureusement elle reste sans doute en surface et ne porte pas encore tous ses fruits.

On note ainsi l'ascension d'un véritable mouvement des consommateurs, qui par le biais d'associations (UFC- que choisir) ou de médias toujours plus transparents et démocratiques (communautés virtuelles), réclame qualité, durabilité, compétitivité et même respect de l'environnement aux producteurs et distributeurs. Pourtant, hormis l'engagement militant d'une minorité, la société n'en consomme pas moins. Avec les innovations, les modes successives, l'évolution continue des besoins en matière de confort, de loisir, il est très difficile de sortir de la société de consommation. Beaucoup attendraient bien la voiture et l'écran plat avant de songer à la question écologique.

Du côté des entreprises, productrices ou distributrices, il y a encore un décalage énorme entre leur nouvelle communication, dans l'esprit responsable de la déconsommation (surtout en temps de crise), qui s'applique à leurs produits et services d'une part et leur supply chain et ses gigantesques coûts énergétiques de l'autre. Vanter les prix et la qualité produit est une chose, mettre en œuvre un processus de production aussi vert est plus compliqué. C'est pourtant la partie immergée de l'iceberg : les empreintes de transformation, de transport et de conservation qui font la majorité de l'empreinte écologique humaine.

L'idéal serait d'aller directement de l'empreinte brute au consommateur. Minimiser les coûts énergétiques des processus intermédiaires, faire du plus naturel, voilà l'enjeu majeur de la déconsommation, là où celle-ci devient véritablement un idéal. C'est aussi là où elle est arrêtée pour le moment. La déconsommation dans l'entreprise, c'est repenser les chaînes de production et les consommations intermédiaires de façon à ce qu'ils aient plus de trace polluante dans la nature.

## Conclusion

Adopter la déconsommation comme nouvel idéal du libre marché, c'est viser le rétablissement de la chaîne écologique, d'un cycle de vie et de renouvellement où la consommation humaine, loin d'être bannie, serait limitée à un niveau juste et inoffensif.

En premier lieu, il est nécessaire d'être conscient et responsable de nos comportements économiques. En pratique, il semble indispensable d'avoir des deux côtés, celui de la société, consommatrice de biens et de services, et celui du système productif, gigantesque consommateur de biens intermédiaires, une même et conjointe exigence d'économie et de tempérance. Les consommateurs ne pourront jamais changer leur mode de vie si les entreprises ne leur proposent pas autre chose que de l'obsolescence. Inversement les entreprises ne changeront leur polluant mode de production que si les consommateurs lui font comprendre la nécessité, éthique, et même l'intérêt, compétitif, de suivre une RSE et donc de se tenir à des soft laws responsables en interne. Ce n'est pas un cercle sans début ni fin : il suffit que de chaque côté, il y ait déjà quelques initiateurs, cadres dirigeants, conseillers stratégiques, DRH d'une part et décisions politiques, associations militantes et lobbies de l'autre.

Ce sont sans doute les données du problème du développement durable. Elles restent générales. Le contexte économique et social immédiat, la fameuse crise mondiale, ne devrait qu'accentuer cette tendance à la déconsommation, de façon forcée bien-sûr mais aussi voulue parce qu'elle est symptomatique d'un système glouton à l'extrême qui ne peut cesser de tout dévorer, même ce qu'il n'est pas et ne sera jamais en mesure d'obtenir.

Une grande inconnue subsiste néanmoins dont les clefs de compréhension nous sont refusées pour quelques années encore : qu'en sera-t-il des pays en voie de développement et notamment des monstres économiques à venir que sont la Chine et l'Inde ? Ils peuvent ne pas répéter les erreurs occidentales. Tout est encore envisageable : la Chine a aujourd'hui le même niveau de consommation par habitant que la France au début des Trente Glorieuses...

# Comment faire du « moins » un bien de consommation?

---

*Par Jordane Lagneaux*

Résumé : L'évolution de notre société a fait de la consommation ce processus par lequel nous accumulons une quantité toujours plus importante de biens. Et cette abondance concerne le bien matériel, tangible, la chose. Mais nous nous trouvons aujourd'hui face à de nouvelles évidences qu'il est nécessaire de prendre en compte. Ce « toujours plus » est en totale contradiction avec le fait que nous évoluons sur une planète dont les ressources sont limitées. L'un des enjeux actuels consiste donc à modifier notre rapport à l'objet de consommation.

Mots-clés : Consommation, Dématérialisation, Décroissance

---

## How « less » can become a consumer commodity in the market context?

---

*By Jordane Lagneaux*

Abstract: Our society has evolved in such a way as to make consumption the process by which we accumulate an ever-increasing quantity of goods. And this abundance concerns material commodities: the tangible, the thing. However, today we are are faced with a new global context, which we must take into account. This 'ever more' behavior is in total contradiction with the fact that we live on a planet with limited resources. Thus, one of today's main issues is to rethink our relation to consumer commodities.

Key words: Consumerism, Dematerialization, Degrowth.

---

Est-il possible de concilier ces termes apparemment contradictoires : le « moins » et la consommation ? L'évolution de notre société a fait de la consommation ce processus par lequel nous accumulons une quantité toujours plus importante de biens. Elle est alors perçue comme synonyme d'abondance, de foisonnement, de profusion. Et cette abondance concerne le bien matériel, tangible, la chose. Mais nous nous trouvons aujourd'hui face à de nouvelles évidences qu'il est nécessaire de prendre en compte. Ce « toujours plus » est en totale contradiction avec le fait que nous évoluons sur une planète dont les ressources sont limitées. Les preuves du réchauffement climatique, de la surexploitation des forêts, de la destruction de la biodiversité sont nombreuses. Et l'on ne peut nier que notre consommation individuelle en tient une part de responsabilité. L'un des enjeux actuels consiste donc à modifier notre rapport à l'objet de consommation. Les exemples qui illustrent ce propos sont nombreux. Ils permettent de comprendre des habitudes de consommation actuelles, mais aussi de saisir l'une des tendances possibles dans les modes de consommation des sociétés occidentales, qui est celle de la dématérialisation de notre économie.

Notre acte d'achat est guidé par un besoin de remplir nos existences, de les rendre

réelles, elles aussi tangibles. Les objets que nous consommons nous définissent, ils construisent notre identité, et nous ancrent dans le monde. Les effets de mode, les campagnes marketing, l'omniprésence de la publicité, la multiplication des sites de vente en ligne, tout est pensé pour faciliter cet acte d'achat, et pour que le consommateur le renouvelle aussi souvent que possible. C'est ainsi que l'on bascule dans le « toujours plus ». Nos placards se remplissent à une allure folle d'une quantité impressionnante de ces t-shirts, selon les saisons, les modes, ou les symboles sérigraphiés. Ils construisent l'image que nous souhaitons renvoyer aux autres, et nous définissent donc en société. Et par la quantité, l'individu justifie son identité, la rend plus forte. Mais dans cette profusion, c'est la relation à l'objet qui se dilue, qui perd de son sens. Ce que tente de nous montrer Baudrillard dans *La société de consommation*, c'est que face à cette quantité incroyable d'objets disponibles, l'individu ne vit finalement plus qu'à travers eux<sup>20</sup>. L'objet n'a plus de valeur en soi, il se noie dans la masse. Ce qui importe, ce n'est finalement pas le t-shirt, mais le nombre de jeans ou de paires de chaussures que je peux associer avec ce t-shirt. Finalement, cette quête d'identité reste vaine et se heurte à l'abondance.

C'est ici que le moins pourrait être envisagé comme bien de consommation, de deux manières différentes. Tout d'abord, la déconsommation peut être envisagée comme une recherche de sens. L'une des tendances observées dans le comportement des consommateurs révèle qu'un nombre croissant d'entre eux est en quête de plus de sens, de création de lien social, de traçabilité. Ces consommateurs souhaitent que l'objet qu'ils achètent soit le reflet de leur vision du monde, de leurs attentes, de leurs convictions. Ici, la qualité et la valeur qu'ils donnent à l'objet est préférée à la quantité, que cette valeur soit définie par l'empreinte écologique de l'objet, ou encore les conditions de travail des personnes qui l'ont produit. C'est ainsi que nous voyons apparaître des t-shirts en coton biologique issus du commerce équitable. La déconsommation de produits de consommation de masse permet à l'individu non seulement de se définir en société, mais de trouver lui-même un sens à cette définition.

La limite réside dans le fait que la consommation comme accumulation de biens n'est pas remise en cause. On peut tout à fait envisager que le « créatif culturel » continue d'amasser ces objets éthiques, sans se soucier par exemple de l'impact écologique de leur transport, ou de leur production en grande quantité. C'est donc aussi une baisse de la consommation en volume qui nous permettra de retrouver du sens. Cette diminution en volume nous permettra également de réduire notre empreinte écologique. Selon une étude menée par le WWF<sup>21</sup>, l'empreinte écologique de la France excède de 62% sa capacité par personne. Le « moins » en volume est donc un véritable enjeu écologique, et peut être vendu comme tel. Le problème étant que les sensibilités écologiques de chacun varient, et que le seul gage écologique ne suffira pas à amener à une diminution en volumes consommés et donc produits.

Les théories de l'économie de fonctionnalité pourraient être une piste de réponse. L'une des questions soulevées ici est la relation de chaque individu à la propriété de l'objet. L'acte d'achat de biens de consommation matériels et en effet motivé par le fait que l'individu en devient propriétaire. Mais l'usage de l'objet pourrait s'avérer être plus important que le fait même de le posséder. Une réflexion doit être menée par chaque consommateur pour calibrer l'utilité de la propriété de cet objet. Ici, on pourrait opposer le fait que la propriété permet de refléter un certain rang social. C'est la preuve d'une certaine réussite. Mais on sollicite en fait la capacité réflexive de l'individu. Cela correspond à sa capacité à définir ses besoins de

---

<sup>20</sup> Baudrillard, *la société de consommation*, 1970, Gallimard

<sup>21</sup> Rapport Planète Vivante 2002, WWF



manière claire, à définir la limite entre le nécessaire et le superflu, et donc à définir le degré d'utilité de l'objet et de sa possession. L'économie de fonctionnalité suppose évidemment un changement des habitudes de consommation. Mais cela ne se fait pas forcément au détriment du confort du consommateur. Nous ne sommes pas dans une logique de décroissance pure. On fait appelle à une prise de conscience par le consommateur des enjeux écologiques, mais aussi à une prise de conscience du fait que la consommation « écologiquement correcte » n'est pas synonyme d'abandon des acquis. Le Grenelle de l'environnement<sup>22</sup> prévoit de faire « plus de place à une économie de fonctionnalité qui remplace la vente de biens par la vente de leur usage : à la différence de la vente, la location d'un bien permet en effet d'en allonger la durée sans réduire les échanges ni les services offerts ». A travers les théories de l'économie de fonctionnalité, on comprend l'une des grandes tendances actuelles qui est celle de la dématérialisation de l'économie. L'idée première de la dématérialisation de l'économie est de réduire la « base matérielle » de nos économies occidentales, ce qui signifie réduire les flux de matière ainsi que les flux énergétiques inhérents à la production de biens. Les théories de la dématérialisation de l'économie permettent ainsi réellement de faire du « moins » un bien de consommation en tant que tel, et l'économie de fonctionnalité est l'un des exemples de dématérialisation.

Pour conclure, il serait peut-être intéressant de revenir sur le postulat de départ quant à la définition de la consommation. Dans cet article, nous sommes partis du principe que la consommation passait par l'acte d'achat, et ensuite par la multiplication de ces actes d'achat pour arriver à une certaine abondance. Mais il faudrait envisager la possibilité que cette consommation de masse, ou cette surconsommation ne soit qu'une dérive. Dans les théories décroissantes, la consommation individuelle consiste à se nourrir, ou se loger, grâce à ce que l'individu a lui-même produit. Elle dépasse la production à la chaîne, et revient à la production de l'objet unique. Cela suppose un changement radical dans les modes de consommation, et donc les modes de vie et de pensée. Mais n'est-ce pas dans la décroissance que le « moins » est le plus évident ? Bien sur, il n'est plus un bien de consommation, et il devient un mode de vie à part entière. Mais l'objecteur de croissance y trouve à la fois une réponse aux enjeux écologiques globaux, et aussi une réponse à la quête du sens de son existence. Et c'est peut-être dans cet équilibre qu'il se forge son identité. En effet, sa relation à l'objet est rétablie grâce à son savoir-faire et à sa compréhension des mécanismes de production. L'objet n'est plus un parmi tant d'autres. Il possède une histoire, une durée de vie, il est voulu, il a permis de créer du lien entre des personnes, il a du sens. On comprend rapidement les limites de ce phénomène. La décroissance n'a en effet, par exemple, aucun sens dans les économies des pays en voie de développement, et donc à une échelle globale. On comprend aussi que l'ensemble des populations occidentales ne sont certainement pas prêtes à abandonner leur confort pour des enjeux globaux et des conséquences futures auxquelles elles n'accordent pas forcément d'importance. Mais c'est dans ce phénomène de décroissance que le « moins » dont nous parlons dépasse sa capacité à être un bien de consommation, pour devenir un mode de vie, et une critique de notre société. Le site [www.decroissance.info](http://www.decroissance.info)<sup>23</sup> prône que la décroissance, « c'est renoncer à la résignation conformiste de la pensée unique et de sa colonisation de l'imaginaire avec sa logique unidimensionnelle ». Ici, le « moins » est vécu comme le refus d'adhérer, et de participer volontairement à un système écrasant de non réflexivité, et de fait si puissant. Dans ce dernier point, le « moins » s'oppose radicalement à la consommation de masse.

---

<sup>22</sup> <http://www.legrenelle-environnement.fr/grenelle-environnement/spip.php?article755>

<sup>23</sup> [www.decroissance.info](http://www.decroissance.info)

## Bibliographie

### **Ouvrage**

Baudrillard, la société de consommation, 1970, Gallimard

### **Rapport**

Rapport Planète Vivante 2002, WWF

### **Internet**

<http://www.legrenelle-environnement.fr/grenelle-environnement/spip.php?article755>

[www.decroissance.info](http://www.decroissance.info)

# Déconsommation et économie de marché sont-elles incompatibles ?

--

*Par Yann Auger*

Résumé : Cet article discute la pertinence de l'idée de déconsommation dans le cadre d'une économie de marché. La déconsommation volontaire, fruit du rejet du consumérisme, est-elle en mesure de bouleverser le fonctionnement du système ? Contrairement aux idées reçues, la théorie économique a déjà pris en compte cette question. Keynes, par exemple, en évoquant la fin du problème économique, y apporte une réponse optimiste mais peu réaliste à court terme. Le plus probable est que le thème de la déconsommation sera repris à son compte par le système libéral, pour son propre perfectionnement, notamment pour réduire son impact environnemental.

Mots-clés : Déconsommation, Décroissance, Société de consommation

---

## Are deconsumption and our free-market economy incompatible?

--

*By Yann Auger*

Abstract: This article discusses the relevance of the idea of deconsumption in our free-market economy. As a rejection of consumerism, is voluntary deconsumption able to disrupt our system? Contrary to our preconceived ideas, economic theory has already taken into account the issue. For instance, Keynes gave an optimistic but unrealistic answer to that question, by evoking the end of the economic problem. It is more likely that liberalism will take over the question of deconsumption, in order to improve itself and to reduce its environmental impact.

Key words: Deconsumption, Decrease, Consumption society

---

La déconsommation est un thème à la mode. Cette notion, pour l'instant très vague, implique d'emblée une distinction : entre, d'une part, la *déconsommation subie*, liée par exemple à une perte de pouvoir d'achat du fait de l'augmentation du prix de produits de première nécessité ou autres dépenses incompressibles ; et, d'autre part, la *déconsommation volontaire*, fruit du rejet de la société de consommation et/ou de la volonté de préserver les ressources naturelles et l'environnement en général. Une telle notion semble a priori propre à faire trembler les industriels, dont l'objectif est généralement de vendre davantage, et les économistes, souvent obsédés par l'idée de croissance. Par exemple, que pense une entreprise comme Electricité De France (EDF) de l'idée selon laquelle *il faut*, impératif moral, limiter la consommation d'électricité ? L'entreprise est bien obligée de concéder qu'il est indispensable de réduire drastiquement notre consommation, mais s'empresse d'ajouter qu'il faut miser sur les énergies renouvelables, nouveau marché pour elle... Ce discours est inévitablement schizophrène. Faut-il en conclure que la déconsommation est en mesure de bouleverser notre système économique ?

De prime abord, la réponse à cette question semble indiscutablement positive : le fonctionnement du capitalisme s'appuie depuis bien longtemps sur la *société de consommation*. Avec les théoriciens de l'école de la régulation, Robert Boyer notamment, on peut en effet interpréter la crise de 1929 et des années 1930 comme une instabilité liée à l'inadéquation entre une production de masse et une consommation relativement basse du fait de la faiblesse et de l'inégalité des revenus<sup>24</sup>, et donc comme la période « laboratoire » où le capitalisme va amorcer une mutation vers la combinaison de la production et de la consommation de masse. C'est ce qui se passe au sortir de la Seconde Guerre mondiale : avec les régulations fordistes et keynésiennes qui assurent une progression relativement équitable des niveaux de vie, c'est la naissance de la société de consommation, société dans laquelle tout le monde ou presque a accès à la consommation de masse, érigée en mode de vie. Cette combinaison va notamment donner lieu aux taux de croissance élevés des Trente glorieuses.

La conjoncture est dès lors systématiquement déterminée par l'évolution de la consommation, interne ou externe : directement, en remplissant, ou non, les carnets de commande ; indirectement, via les anticipations des chefs d'entreprise (théorie keynésienne de la « demande effective », qui veut que les décisions d'investissement soient fonction des anticipations de demande). La croissance, à l'origine du surplus de revenus qui permet la hausse de la consommation, devient une condition de stabilité du système et forme un cercle vertueux avec la consommation. Dans ce cadre, la déconsommation pose nécessairement problème : un homme politique « pragmatique » ne manquera pas de faire remarquer que, généralisée, elle se traduirait nécessairement par des destructions d'emplois, engendrant, cette fois, un cercle vicieux... C'est également l'argument, bien connu, des industriels.

La notion de déconsommation soulève, par ailleurs, une autre question : que fait de son argent l'individu qui déconsomme volontairement ? Il serait insensé, pour lui, de l'épargner, puisque cela revient à le réinjecter sous une autre forme dans l'économie... A moins de faire des dons caritatifs importants, cet individu doit donc faire en sorte que ses revenus s'alignent sur le niveau de consommation qu'il souhaite, ce qui passe par une réduction de son *temps de travail* (réduction qui doit d'ailleurs être régulière, si l'on tient compte du fait que sa productivité augmente régulièrement). Il représente alors l'avant-garde d'une humanité qui aurait résolu le « Problème économique », selon l'expression de Keynes<sup>25</sup>, en tout cas, ici, son problème économique individuel, et souhaiterait désormais se consacrer à autre chose (sociabilité, art...). Le déconsommateur est alors forcément adepte de l'état stationnaire, ou de la décroissance.

Qu'en dit vraiment le ministère de la vérité libérale ? Si l'on revient aux bases de la théorie de l'économie de marché, notamment la loi de l'offre et de la demande, on peut constater que la déconsommation n'est pas un tabou. Elle peut, au contraire, résulter du libre jeu du marché : si le prix d'un produit augmente, l'*homo oeconomicus*, individu rationnel optimisant sa satisfaction sous contrainte de prix et de revenus, va logiquement déconsommer ce produit, et essayer, si possible, de se tourner vers des produits de substitution, si toutefois ils existent. Ainsi, dans le cadre de la théorie standard, le passage d'une ère d'opulence globale à une ère de rareté globale implique nécessairement la déconsommation et la décroissance. Un changement de ce type est en train de se produire, par exemple dans le secteur de l'énergie : alors qu'il reste, au rythme de consommation actuel, une quarantaine d'années de réserves prouvées de pétrole et un peu plus d'années de gaz<sup>26</sup>, les prix de ces matières premières seront fortement orientés à la hausse une fois le fameux pic de production

<sup>24</sup> Boyer, R. (2004). *Théorie de la Régulation – Les fondamentaux*. Repères, La Découverte

<sup>25</sup> Dostaller, G. (2005). *Keynes et ses combats*. Albin Michel

<sup>26</sup> Fitoussi, J.-P. et Laurent, E. (2008). *La nouvelle écologie politique*. Seuil

passé, avec pour conséquence une baisse logique de leur consommation. C'est donc ici le marché qui organise la gestion de cette rareté croissante... Cela n'a rien d'étonnant : la mécanique newtonienne du marché est indifférente aux effets qu'elle produit. Ainsi, la théorie de la concurrence pure et parfaite est insensible aux questions de croissance, de baisse ou de hausse de la consommation, de profit (en concurrence pure et parfaite, aucune entreprise ne réalise de profits)... Les auteurs néoclassiques ont d'ailleurs montré que, passé un certain seuil d'accumulation du capital, seule la hausse de la population peut générer une croissance, et donc une augmentation de la consommation, ici entendue comme niveau de consommation globale, le revenu et donc la consommation per capita n'augmentant plus. A ce stade, seul le progrès technique permet encore la croissance du revenu par tête, ce qui nous permet de conclure que la déconsommation évoquée ci-dessus est avérée si les effets bénéfiques du progrès technique sur les niveaux de vie sont insuffisants pour compenser la perte structurelle de pouvoir d'achat.

Quoi qu'il en soit, ce cas correspond à une déconsommation subie. La déconsommation volontaire et la baisse du temps de travail qu'elle implique sont également possibles dans la théorie standard de l'économie de marché : elles peuvent être le résultat d'un arbitrage entre temps libre et revenus. La nouveauté tient plutôt au fait qu'un nouveau paramètre de l'arbitrage vient compléter le critère de rémunération : le rejet du consumérisme et le désir de protection de l'environnement, dont les motifs peuvent être divers (recherche du bonheur ailleurs que dans la société de consommation et les relations marchandes, prise en compte des générations futures, poursuite de l'intérêt individuel à long terme...).

En affirmant qu'il faut opter pour la décroissance et limiter notre consommation, les individus peuvent ainsi prendre les devants, ne pas attendre la réaction tardive et incomplète du marché ; le marché étant effectivement incapable, entre autres, de prendre en compte, dans la formation des prix, l'impact environnemental de l'utilisation d'un produit, à moins qu'un système d'incitations soit politiquement mis en place. Devant cette tendance, les industriels commencent à comprendre qu'ils doivent s'adapter.

A ce stade, il convient de rappeler que le capitalisme a souvent su mettre à profit des courants potentiellement dangereux pour lui : on n'hésite pas à vendre sur le marché des œuvres très critiques vis-à-vis du système. Michael Moore croit avoir trouvé là une faille<sup>27</sup>, un moyen d'introduire de « l'antisystème » par le biais du « système »... On peut au contraire interpréter cette tendance comme une capacité d'internalisation, de récupération, voire de détournement, par le système, de sa propre critique, pour le meilleur et pour le pire. La déconsommation pourrait devenir, à l'image des critiques qui participent de la société du spectacle, un bien marchand...

Concrètement, le risque est de voir la déconsommation assimilée à une déconsommation de produits « physiques », dont la prolifération est souvent considérée comme superflue et néfaste d'un point de vue environnemental. Dans ce cas, les individus soucieux de la préservation de l'environnement et des ressources naturelles pourraient reporter leurs dépenses vers une consommation de services, notamment culturels ; malheureusement sans toujours poser la question de leur niveau de consommation, donc de revenu, et donc, *in fine*, de leur temps de travail. Les *cultural creatives* américains, population hétérogène, dénuée de conscience de classe bien qu'ayant notamment en commun le rejet du consumérisme et le souci de préserver l'environnement, vont a priori déjà dans ce sens<sup>28</sup>. Nul doute que le marché saura s'adapter et satisfaire avec le sourire cette demande croissante de

---

<sup>27</sup> Voir la conclusion du film *The Corporation*, dans lequel Michael Moore est interviewé

<sup>28</sup> Ray, P. & Anderson, S. (2000). *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World*. Harmony Books

services... Gilles Lipovetsky, entre autres, ne s'y trompe pas : selon lui, le consommateur « n'est plus seulement avide de bien-être matériel, il apparaît de plus en plus comme un demandeur exponentiel de confort psychique, d'harmonie intérieure et d'épanouissement subjectif » ; « la nouvelle société qui voit le jour fonctionne [donc] à l'*hyper-consommation*, non à la *dé-consommation* »<sup>29</sup>... Le poids grandissant des loisirs et des dépenses culturelles dans le budget des ménages, notamment le tourisme et les consommations audiovisuelles, annonce en quelque sorte l'extension de ce phénomène.

Quant à la tendance de plus en plus forte à la mutualisation (les individus achetant en commun des équipements pour limiter les coûts et impacts environnementaux), les industriels sauront limiter les dégâts en poursuivant le développement de l'économie de fonctionnalité : au lieu, par exemple, de vendre des voitures individuelles aux taux d'utilisation faibles, le marché saura proposer un service intelligent de location de véhicules de type autopartage. Au-delà de l'exemple des véhicules, ce fonctionnement existe déjà pour un certain nombre de produits tels que les imprimantes. A l'arrivée, le consommateur est en relation directe avec un prestataire, et, surtout, demeure isolé... Les avantages objectifs de ce système se trouvent dans la limitation des impacts environnementaux et l'alignement des intérêts de tous, le prestataire ayant intérêt à proposer des équipements durables puisque la maintenance est à ses frais...

Néanmoins, ce fonctionnement n'est possible que dans le cas des biens physiques. Qu'en est-il, par ailleurs, pour les productions immatérielles ? On pourrait penser que le téléchargement illégal donne un exemple palpable de déconsommation, ou à tout le moins de déconsommation marchande (les œuvres étant, tout de même, consommées). Ici, les industriels cherchent à développer de nouveaux modes de rémunération, rendus possibles par les nouvelles technologies, ou appellent au secours les pouvoirs publics afin que ces derniers les aident à réinstaurer la rareté dont ils tirent leurs profits. Il s'agit donc pour eux, par divers moyens plus ou moins intelligents, de lutter contre la déconsommation marchande...

Dans tous les cas, ces mouvements ne marquent absolument pas une rupture avec la société de consommation et la logique du « toujours plus », mais seulement la lutte, peut-être vaine, du système face à de nouvelles contraintes qui s'imposent à lui. A l'opposé, la véritable déconsommation implique d'une part de s'interroger sur le temps de travail, et d'autre part de soulever la question de la décroissance et du partage des revenus, ou, au moins, de la réduction des inégalités (la « décroissance des inégalités », comme l'écrit avec ironie Jean-Paul Fitoussi<sup>30</sup>). C'est, finalement, ce que Keynes souhaitait, lorsqu'il évoquait la fin du Problème économique. Sans cela, prôner la déconsommation avec pour arguments la futilité de la consommation et la nécessité de préserver l'environnement relève inévitablement d'un certain cynisme, compte tenu du niveau de la pauvreté dans le monde.

---

<sup>29</sup> Lipovetsky, G. (2006). *Le bonheur paradoxal – Essai sur la société d'hyperconsommation*. Gallimard

<sup>30</sup> Fitoussi, J.-P. et Laurent, E. (2008), op. cit.

# L'idéal de la déconsommation représente-t-il une menace pour notre économie de marché?

--

*Par Vaïté Leprince-Ringuet*

Résumé : L'économie est une « science » *sociale* : les différents courants de pensée économique ne sont pas exempts de « moralité » et partant de visions d'« idéaux ». Ce constat peut être le point de départ d'une évaluation de la possibilité de concilier, dans la théorie et la pratique, l'économie de marché et le modèle proposé par les partisans de la déconsommation comme une alternative à ses défaillances, dont ils font une analyse sévère.

Mots-clés : Déconsommation ; valeurs ; courants de pensée économique ; idéaux sociaux ; économie de marché

---

## Does the ideal of déconsommation represent a threat for our free-market economy?

--

*By Vaïté Leprince-Ringuet*

Abstract: Economy is a *social* « science »: the various schools of economic thought are not exempt from a certain notion of “morality”, and therefore to the existence of “ideals”. This observation can serve as the starting point for an evaluation of the possibility to reconcile, through theory and practice, the free market and the severe criticism and alternative model suggested by militants of “déconsommation”.

Key words: Déconsommation; values; schools of economic thought; social ideals; free-market

---

La déconsommation paraît être une menace croissante pour le capitalisme : dotée de fondements théoriques jouissant d'une certaine reconnaissance, mise en pratique par des « militants » revendicatifs, suivie par des populations pour qui les solutions qu'elle développe peuvent représenter la promesse d'une amélioration de leurs conditions de vie, la déconsommation prône le consommer « moins » comme moyen de consommer mieux, c'est-à-dire dans un plus grand respect de la santé, de la société et de l'environnement. Or la vitalité de l'économie de marché repose entièrement sur sa capacité à générer « plus » : plus de production, plus de valeur ajoutée, plus de consommation, ... Serait-il possible d'intégrer la déconsommation dans l'économie de marché ? Selon moi deux conditions sont nécessaires pour cette « phagocytose » de la déconsommation par le système : réconcilier les idéaux des théories de la déconsommation et ceux de l'économie de marché, et adapter à la demande de déconsommation une nouvelle offre de consommation.

Si l'économie est une science (et non simplement une discipline ou une doctrine), je souhaite m'interroger : quelle est la place d'un idéal en son sein ? L'analyse de plusieurs courants de la pensée économique adhérant ou s'opposant à l'économie de marché me permettra d'identifier d'éventuels idéaux sous-jacents, afin de comprendre si les théories

actuelles de la déconsommation relèvent d'un idéal compatible ou non avec certaines valeurs de l'économie de marché. Enfin, je m'interrogerai sur les caractéristiques que doivent posséder les biens et services qui peuvent répondre aux valeurs des partisans de la déconsommation, afin d'identifier les stratégies possibles des entreprises face à cette demande particulière et nouvelle, si ce n'est « incongrue ».

### *La place des idéaux dans la pensée économique*

Bien que les théories économique du libéralisme reposent sur des principes « scientifiques », leurs tentatives d'analyser le fonctionnement des marchés et des consommateurs peuvent être teintées de croyances, et partant peuvent tenter de justifier le libéralisme comme chemin à parcourir pour atteindre certains idéaux. Ainsi, le plus basique idéal que peut permettre d'assouvir l'économie de marché, c'est le profit personnel, permettant à l'individu d'accéder à la consommation ou l'acquisition de biens ou services, et d'en tirer un bien-être ; l'économie de marché est aussi un moyen pour les individus d'accéder à un pouvoir sur les autres, source a minima de sécurité.

Dans la théorie de la main invisible d'Adam Smith<sup>31</sup>, cette vision mécanique, aléatoire du marché s'ordonne autour d'un nouvel idéal, qui s'appuie sur la sphère des désirs personnels pour prendre la dimension d'une promesse sociale claire. Cet idéal, c'est la promesse d'une économie efficiente et harmonieuse, produite par la somme des jeux aléatoires des poursuites personnelles du profit. L'économie de marché maximise la création de richesses et les progrès de la productivité, pour le bien-être global de la société. Cet idéal repose sur des valeurs, dont il garantit le respect : l'initiative personnelle, la liberté d'entreprendre, l'équité des décisions économiques; est laissée en dehors du domaine de cet idéal l'égalité entre individus (dans l'accès à la consommation). De même, la vision fordiste du capitalisme garantit le respect (partiel) de valeurs comme la dignité humaine par la suffisance des revenus accordés aux travailleurs, dans le cadre d'une efficacité améliorée du système de production et de consommation. Lorsque Ira Jackson<sup>32</sup>, deux siècles après Adam Smith déclare « Le capitalisme [est notre] nouvelle théologie mondiale dépourvue de moralité. Il offre seulement [...] la création de richesses et l'allocation efficiente du capital. Et il y parvient superbement. », Jackson montre ici la fascination de notre société pour un idéal qui n'est même plus la prospérité des hommes mais simplement celle de la structure économique de laquelle ils ne sont plus qu'un élément, une ressource...

Dernièrement, l'économie de marché libérale a connu un tournant majeur : il a dû s'adapter aux nouveaux risques environnementaux et sociaux. Le développement durable, le BOP sont des concepts de la science économique qui permettent le maintien des valeurs de l'économie de marché : par exemple l'initiative des personnes physiques ou morales, parmi lesquelles se distinguent aujourd'hui les firmes transnationales. Il s'agit d'aménager, d'enrichir l'idéal du capitalisme, non d'une opposition frontale. Une théorie de la « déconsommation » volontaire relève selon moi d'une telle opposition.

En effet, il existe des pensées économiques qui soit contestent la validité des idéaux des différents courants du capitalisme, soit la capacité du marché à faire progresser la société vers la réalisation de ces idéaux. Marx a dénoncé<sup>33</sup> l'iniquité d'un système fondé sur les inégalités liées à la possession des moyens de production; il a identifié des processus sociaux et économiques provoqués par le capitalisme et en mesure d'aboutir non à la réalisation de ses idéaux, mais à sa propre destruction. Marx élabore un système économique alternatif, fondé

---

<sup>31</sup> Smith, A. (1776). Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations.

<sup>32</sup> [www.thecorporation.com/media/Jackson.pdf](http://www.thecorporation.com/media/Jackson.pdf) - (1/11/2008)

<sup>33</sup> Marx, K. (1867). *Le Capital*



sur un « traité moral » (Ira Jackson, 2005, op.cit.), et un nouvel idéal de suppression des inégalités. Après Marx, d'autres théoriciens ont proposé la grève générale, l'arrêt de la production, comme moyen de provoquer le « grand soir » du capitalisme ; la diminution de la consommation ne serait-elle pas une nouvelle voie pour étouffer le capitalisme ?

Le mode de consommation actuel participe en effet par essence du système capitaliste. Ce mode de consommation serait l'inconscience ou le déni de la « chaîne de valeur » des produits, issus d'un pillage des ressources naturelles et humaines dont l'entreprise ne « supporte pas les coûts », n'assume pas la responsabilité et ignore les risques. C'est aussi un mode de consommation qui valorise la jouissance immédiate et son accumulation, et prête au produit le pouvoir d'établir hiérarchie et division entre les hommes, dégradant une valeur essentielle, la fraternité. Par exemple, le « fast food » doit son succès à la rapidité, l'intensité (gustative, énergétique) et l'accumulation; la possession d'appareils électroniques conformes à des modes dont la durée raccourcit permet de distinguer des « forts et des faibles » dans notre société sans avoir à connaître pour juger, comme présenté dans le film « The story of stuff » d'Annie Leonard<sup>34</sup>. Cette consommation a pour terme une destruction rapide de la valeur du produit. D'une part, la multiplication des intermédiaires et écrans entre producteur et consommateur final dégrade l'« échange » entre les personnes, valeur fondatrice pour la société, et permet au producteur de baisser la qualité et la durabilité de ses produits pour dégager plus de marge. D'autre part, la valeur de « domination » du produit est aussi programmée à disparaître par le renouvellement des modes. Le déséquilibre augmente entre la somme des ressources détruites et le peu d'utilité, voire la nuisibilité sociale, des consommations.

D'autres combinaisons production/consommation sont non seulement possibles, mais ont constitué des bases de l'économie avant l'émergence de l'économie de marché et de la société de consommation. Leur persistance est nécessaire ne serait-ce qu'à la marge du système, là où ses défaillances sont critiques. Il s'agit de biens obtenus en dehors du circuit de production capitaliste (autoproduction, troc, don) ou de biens dont le devenir n'est pas la destruction à court terme, mais que l'acquéreur considère un investissement, et auxquels il accorde de la valeur non seulement pour leur utilité immédiate mais en ce qu'ils permettent une transmission. Bien qu'il soit probable que l'aspiration dominante des populations subissant la déconsommation est de mieux s'intégrer dans l'économie de marché, et qu'une augmentation de leurs ressources changerait leur mode de consommation, ces formes de déconsommation subie deviennent un choix volontaire pour des militants de la décroissance. Ces modes de consommation veulent rétablir la dignité des personnes par la qualité respectueuse de l'individu, de la société et de l'environnement, rendre à l'échange son rôle dans la société.

### ***Vers une revalorisation de la consommation ?***

Quelles caractéristiques doivent posséder, idéalement et pratiquement, les biens et services qui peuvent correspondre aux idéaux des partisans de la déconsommation « volontaire » ? Les produits doivent être le produit d'une chaîne de valeur repensée en termes d'impacts sociaux et environnementaux. Pour ne plus polluer, il faut d'abord polluer moins souvent : la durabilité des produits est en adéquation avec la déconsommation. La transparence maximale de la chaîne de valeur du produit, l'échange d'informations entre vendeur et acheteur, doit permettre de replacer la consommation dans un lien social, qui permet de consommer « mieux » pour consommer « moins » : le produit satisfait plus complètement l'acheteur. Un objet issu du commerce équitable suscitera un attachement affectif chez l'acquéreur supérieur à celui d'un meuble produit à la chaîne « jetable » à plus ou moins long terme. Le produit adapté aux « déconsommateurs » maximise aussi la valeur d'usage en étant en meilleure adéquation avec les besoins et contraintes réels. Un déconsommateur n'utilisera la voiture que

---

<sup>34</sup> <http://www.storyofstuff.com/> - (1/11/2008)

lorsqu'il n'y a aucune alternative : les services d'« économie de fonctionnalités », le partage entre utilisateurs d'un même équipement, recrée en outre un sentiment d'appartenance à une communauté. Un déconsommateur souhaite réduire au maximum sa consommation énergétique : leur rationalisation, permise par les nouveaux services de gestion des consommations, abonde dans ce sens. Le marché des déconsommateurs a d'ores et déjà atteint une taille suffisante, ou du moins les excès qu'ils dénoncent sont pris en compte par un cercle élargi de consommateurs, pour qu'une opportunité soit née pour les entreprises de satisfaire cette nouvelle demande. L'adaptation est coûteuse et demande un changement majeur de perspective, l'intégration dans leur stratégie de valeurs qui paraissaient au mieux en décalage, au pire en contradiction avec les principes du marché. Cependant, la multiplication rapide des innovations (fonctionnalité, production, marketing, ...) montre la réactivité du système capitaliste.

### **Conclusion**

Le « moins » cher aux déconsommateurs a d'ores et déjà commencé à être traduit en « valeur ajoutée » par les entreprises de l'économie de marché. Celles qui s'en montrent incapables risquent même d'y perdre à long ou moyen terme des parts de marché, dans le contexte de la diffusion des idées des déconsommateurs militants ou de courants proposant seulement des aménagements du capitalisme. Selon moi, le capitalisme a une capacité à se réinventer, à se métamorphoser, à intégrer ses oppositions pour se renforcer, qui lui a permis de dominer par le passé la plupart des voix qui l'ont accusé, et la déconsommation ne bénéficie pas selon moi de forces conceptuelles ou pratiques capables de lui éviter une telle...consommation.

### **Références**

- Smith, A. (1776). Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations.  
[www.thecorporation.com/media/Jackson.pdf](http://www.thecorporation.com/media/Jackson.pdf) - (1/11/2008)
- Marx, K. (1867). Le Capital  
<http://www.storyofstuff.com> - (1/11/2008)