Eco conception, alter consommateur, comment s'y retrouver ?

vendredi 20 juillet 2007, par lpe

L'eco-conception, l'alterconsommateur, le développement durable… autant de notions largement utilisées aujourd'hui, mais qu'est-ce qu'elles signifient exactement ? Etes-vous un alterconsommateur ? Quelles pistes pour que votre entreprise se développe durablement ?

Autant de questions auxquelles ont répondu deux spécialistes : Messieurs **Hervé NAILLON** et **Eric FOUQUIER** sur invitation du **CERC** (Cercle d'échanges sur la relation commerciale).

Nous sommes dans une société de la peur et du risque permanent, (OGM, Vache folle, atteinte à l'eau potable, malbouffe, phénomène climatiques…) explique Eric Fouquier, *ce pessimisme ambiant nous amène à revoir notre rapport à la consommation. L'environnement, l'idéalisme, le sens du collectif sont 3 thèmes qui nous poussent à agir, et les alter-consommateurs interviennent ici en prenant position contre les produits artificiels, les fausses nouveautés récurrentes, la publicité omniprésente… à l'inverse des hyper-consommateurs qui suivent le mouvement de ce que l'on appelle "la société de consommation".*

L'alter-consommation, phénomène aujourd'hui examiné mais qui trouve ses origines dans les années 60, prend de plus en plus de place dans l'économie contemporaine, en effet, **plus de 70% des Français et 77% des Européens se soucient des conditions de fabrication des produits qu'ils consomment.**

Alors, **êtes-vous un alter-consommateur** ?

Une étude récente du Cabinet THEMA montre que les alter-consommateurs n'ont rien de baba-cool, ils sont plutôt :

- des hommes,
- âgés de + de 35 ans,

- vivant en couple, et ayant des revenus assez confortables,
- citadins,
- diplômés avec au moins un bac +2,
- surinformés : gros consommateurs de presse et d'informations en général...

Ils aiment : les restaurants de cuisine française, les produits AOC, le bon vin, les fromages à la coupe, le chocolat noir, les jus de fruits, les eaux minérales non aromatisées, le café en grains, les médias informatifs...

Ces alter-consommateurs disposent de plusieurs moyens pour marquer leur action : le boycott (ils sont 91% en 2003 à se dire prêts à bouder certains produits pour des raisons éthiques) et le sponsoring (consommation de produits émanant d'entreprises fortement impliquées dans l'eco-conception).

Mais **l'eco-conception, qu'est ce que c'est ?**

En France on parle d'eco-conception au lieu d'ecodesign qui consiste à prendre en compte l'environnement tout au long du cycle de vie du produit, dès la phase de conception ou d'amélioration des produits. L'objectif étant de minimiser les impacts environnementaux de ces produits pour améliorer la qualité de vie aujourd'hui et demain.

Hervé Naillon est un spécialiste dans ce domaine, **il tire la sonnette d'alarme sur nos habitudes de consommation qui ont entraîné de nombreux bouleversements écologiques dans le monde**. Par exemple, les serres qui se multiplient en Amérique du Sud pour faire pousser des tomates que le consommateur européen pourra déguster en plein hiver ! Il insiste également sur des procédés industriels qui génèrent des kilomètres de transport, des ressources naturelles qui diminuent...

L'une des clés pour les industriels réside sans doute dans leur **capacité à intégrer le fait que leur matière première peut être issue de déchets d'autres industries voisines** sans aller s'approvisionner à l'autre bout du monde. C'est le concept d'eco-industries : le déchet de l'un devient la matière première de l'autre.

En conclusion, on pourrait citer J.F. Kennedy : "*les problèmes du monde ne peuvent être résolus par des sceptiques ou des cyniques dont les horizons se limitent aux réalités évidentes. Nous avons besoin d'hommes capables d'imaginer ce qui n'a jamais existé.*"

Hervé Naillon, est consultant indépendant en développement durable au sein de la Société des Inventeurs, il est le co-auteur du "Marketing ethique : les sens du commerce" (Editions Village Mondial).
Eric Fouquier (Photo ci-contre) est l'auteur de nombreux ouvrages sur le marketing qualitatif et la communication, fondateur du Cabinet Thema, consultant auprès de marques internationales.

Une revue à consulter : La Revue Durable.

Le site de l'ADEME sur le sujet : cliquez ici