ObSoCo - RAEF 2024

TRAVAUX PUBLIÉE LE 29/05/2024

Saisine liée :
SORTIR DE LA CRISE DÉMOCRATIQUE – RAPPORT ANNUEL SUR L'ÉTAT DE LA FRANCE EN 2024 (RAEF)
Formation de travail liée : COMMISSION ÉCONOMIE ET FINANCES

Observatoire Société et Consommation

> *Les Français, on tous fait le lien entre nos modes de consommation, nos modes de vie et la question environnementale.*

Guénaëlle GAULT, est directrice générale de l'**ObSoCo** (Observatoire Société & Consommation). Elle a été auditionnée par la Commission Économie et finances du CESE dans le cadre de la saisine permanente "Rapport annuel sur l'état de la France (RAEF) 2024".

Les Français ont une préoccupation très forte pour la question écologique. Près de huit Français sur dix sont préoccupés, voire très préoccupés. Pour eux il y a une vraie urgence à agir. Et donc cette préoccupation est forte et elle est reliée depuis quelques années à nos modes de vie et nos modes de consommation, explique Guénaëlle Gault.

> *C'est près de 40 % des Français qui sont déjà engagés dans des pratiques de consommation dite responsable. Donc oui, d'une certaine manière on voit vraiment bouger les imaginaires autour de ces questions là, vers cette aspiration, du moins, mais mieux. Cependant, on voit que malgré tout, aujourd'hui, il y a une très large majorité de Français qui nous disent que les Français consomment trop (plus de huit Français sur dix).*

En revanche ils ne sont que 28 % à dire que c'est leur cas. Le cas de leur ménage à eux (dans une récente enquête pour l'ADEME). Et de la même façon ils sont très nombreux à nous dire qu'ils ont déjà des modes de vie qui sont sobres.

Ce qu'ils nous disent c'est que ce n'est pas facile d'aller plus avant dans des pratiques, de changer les modes de vie, de changer les modes de consommation. Ils attendent vraiment beaucoup des pouvoirs publics. Ils attendent beaucoup des entreprises et nous disent quels sont les principaux freins. Ils nous parlent d'abord de l'accessibilité de produits ou de services, qui intégreraient

les coûts environnementaux, qui sont souvent plus chers que les autres. Il faut aussi changer l'architecture de l'offre, c'est à dire qu'ils aspirent à trouver des moyens de consommer autrement, donc des offres, des services que les entreprises pourraient imaginer.

Et puis être accompagnés. Donc on voit bien que les Français sont prêts : une majorité de Français est prête à ce que les choses changent.

Cependant, ils ne peuvent pas agir tout seuls. **Ce serait une erreur de croire que la demande crée l'offre.** On voit aujourd'hui qu'il y a beaucoup de choses qui dépendent de l'offre et de la production. Parce que les Français sont pris dans un modèle de développement qui est basé sur l'accumulation de biens matériels, produits en masse, etc.

Quel impact de la fatigue informationnelle sur le démocratie ?

L'infobésité, de la même façon que l'obésité, c'est ne pas pouvoir transformer du mauvais gras ou du sucre en énergie ou en cellules saines. Et bien là, la fatigue informationnelle, c'est en fait de ne pas pouvoir transformer l'information en connaissance, ne pas pouvoir la métaboliser en connaissances et en souffrir. Il y a sans doute trois grandes causes à cette fatigue informationnelle. La première, c'est l'écosystème de l'information qui a complètement changé en très peu de temps. Il y a encore une douzaine d'années, il y avait moins d'un Français sur cinq qui était sur les réseaux sociaux.

On voit que l'arrivée du numérique, l'arrivée des chaînes d'info continue a fait exploser, a fragmenté, le paysage de l'information avec beaucoup plus de canaux. Avant, il y avait l'émetteur et le récepteur. Et puis aujourd'hui on a l'émetteur, le récepteur qui émet lui aussi. Donc ça va dans les deux sens. Il y a cet écosystème qui a changé. Et puis la deuxième raison, c'est qu'il y a l'économie de cet écosystème qui a changé.

> *Dans une société de l'information, la ressource rare, c'est notre attention.*

Aujourd'hui, il y a une compétition de la part des marques, de la part des médias, de la part de tout le monde, pour notre attention. Notre attention c'est comme le pétrole, elle est limitée. Donc la bataille fait rage avec souvent des pratiques de démagogie un peu cognitive pour aller chercher plutôt notre émotion, pour aller chercher avec une information qui est assez spectaculaire. Là où ça peut avoir des conséquences pour la démocratie, c'est que souvent l'information est de plus en plus polarisée.

Il y a une forme d’anamorphose de la société à travers les médias pour cette raison là. Et il y a sans doute une troisième raison qui est peut être plus philosophique pour laquelle la fatigue informationnelle se développe est qu’on est en train de changer, on a changé de régime de vérité. Il n'y a plus de grande idéologie qui encapsule un peu tout et qui permettrait de mettre tout dans un système qui donnait du sens. Aujourd'hui, l**e sens se construit un peu plus individuellement**, à la fois dans un puits sans fond d'informations, un déluge et un puits sans fond de recherche de vérité.

Il y a une conséquence individuelle, puis une conséquence collective aussi. Il peut y avoir une crise de la représentation de ce que l'on est et cela génère aussi, cette fatigue informationnelle, de la défiance vis à vis des institutions. Ça génère aussi la tentation du retrait. Avec la fatigue informationnelle, les gens sont tentés de se retirer des débats et de l'information. Et qu'y a-t-il de pire dans une démocratie, que de ne pas participer aux débats publics et aux débats collectifs ? demande Guénaëlle Gault en conclusion.

© - copyright CESE - Novembre 2026