

Avis adopté

Séance plénière du 11 janvier 2023

Quelles politiques pour favoriser l'évolution de la société vers la sobriété ?

Déclaration du groupe Familles

La sobriété pour certains, satiété ou frugalité pour d'autres, ne viendra pas du choc, soi-disant salubre, de la peur de manquer, ou de perdre : c'est probablement le contraire. Elle s'épanouit en cultivant le désir qui permet à un arbre de donner des fruits une fois l'élagage décidé, puis effectué avec art. Ni trop ni trop peu.

Bien au-delà de la seule consommation, elle suppose des actions à la fois individuelles, et collectives, qui demandent souvent un temps de maturation et d'approfondissement pour en mesurer l'absolue nécessité.

La sobriété pose avant tout la question du temps. L'ambition de changer la société s'inscrit dans la durée, en élaborant pas à pas de nouvelles solutions, en concertation, et dans un esprit de justice sociale, facilitant ainsi leur acceptabilité. C'est bien le sens de cet avis, que le groupe Familles soutient.

En effet, les leviers d'action résident d'abord dans l'éducation des enfants pour accélérer le passage d'une société de la surconsommation à une société du mieux vivre.

Le groupe Familles retient particulièrement les préconisations 11 et 12 qui ciblent les consommateurs, donc les familles, en tant que « consom-actrices ». La première met l'accent sur toutes les démarches à entreprendre pour stimuler l'éco-conception, encourager une plus grande réparabilité des produits afin de faire reculer l'obsolescence programmée, développer le reconditionnement et l'économie circulaire. Les consommateurs doivent être davantage sensibilisés à intégrer tous ces paramètres au moment d'acheter, y compris l'impact sur leur pouvoir d'achat. Pour ce faire, l'affichage environnemental des produits est un bon vecteur, mais attention à la multiplication des allégations, qui brouille in fine les informations reçues.

Enfin, la préconisation 12 alerte, à juste titre, sur le sens de la publicité qui interroge le projet même de sobriété. Si la publicité est déjà encadrée dans certains domaines, il convient sans doute d'être plus transparent sur les dépenses engagées et de mettre en cohérence, pour un secteur d'activité donné, les campagnes de publicité avec les objectifs de politique publique, en privilégiant notamment leur rôle d'information.

Le groupe Familles a voté l'avis.