

Préface

Depuis vingt ans maintenant, les signaux portant sur la dégradation de notre environnement se font si nombreux et pressants que nous ne pouvons plus échapper à la réalité : nous, les hommes des pays dits « modernes », « avancés », avons, par notre consommation outrancière et notre manque de modération dans nos actes, excédé la capacité de notre planète à se régénérer et à survivre. L'indicateur qu'a développé le WWF, sous le nom d'empreinte écologique, est sans appel : si tous les hommes consommaient comme les Français, il faudrait 2,4 planètes Terre pour subvenir à nos besoins !

Les premiers spationautes, qui ont découvert notre planète bleue depuis l'espace, nous ont fait prendre conscience que la Terre était un miracle, une oasis de vie dans une immensité intergalactique désertique.

Il n'y aura donc pas de solution de rechange à la vie si, dans notre folie, nous continuons à abuser aussi massivement de cette planète jusqu'à sa destruction.

Notre maladie de consommation compulsive est pernicieuse, car elle est la base de tous nos systèmes économiques et tout le monde s'y complait : consommation d'objets, consommation de kilomètres, consommation de bien-être... tout est consommation ! Elle apporte croissance économique, création d'emplois, richesse et mieux-être matériel, recherche et découvertes... mais elle apporte aussi épuisement de nos ressources non renouve-

lables, pollutions en tout genre, atteintes à la santé ou éradication de la biodiversité.

Nous avons tellement abusé que nous devons diviser par 4 nos consommations et dégagements polluants dans les 20 ans pour revenir à l'équilibre. Quel défi !

Certains d'entre nous choisiront de vivre en décroissance, rejetant la société de consommation, pratiquant l'autarcie et misant sur l'être et le développement personnel plutôt que sur l'avoir, le toujours plus. Malheureusement, les ruptures considérables que cette attitude, par ailleurs parfaitement compréhensible, risque de faire subir aux équilibres sociaux sont difficiles à mesurer.

Donc si nous voulons conserver les bienfaits de la société moderne (la médecine, les télécommunications, l'Internet...) en gommant ses aspects pervers, les citoyens consommateurs que nous sommes devront se muer en consomm'acteurs responsables et exigeants vis-à-vis des industriels et des commerçants, afin d'inventer l'ère de la croissance qualitative et de la décroissance quantitative – c'est-à-dire de réinventer la notion même de progrès.

De consommateur gourmand et glouton, nous devons muer en consommateur gourmet. Saint-Exupéry avait parfaitement résumé la philosophie à suivre en disant : « dans la création de toute chose, la perfection est atteinte, non pas quand il n'y a rien à ajouter, mais quand il n'y a plus rien à retrancher ».

La sobriété, la simplicité, la durabilité, la valeur ajoutée humaine, la responsabilité sociale, l'intelligence du design seront les qualités qui feront l'objet de consommation de l'ère de post-modernité où nous entrons.

Et le pouvoir d'imposer ce changement appartiendra plus que jamais à nous, citoyens, au travers de nos actes de consommation. Par nos choix, nous avons un droit de vie ou de mort sur les commerçants et les industriels qui n'existent que par et pour nous.

En tant que commerçant engagé dans ce processus d'un monde nouveau à inventer, je mesure les formidables potentialités qui s'ouvrent devant nous si nous mettons en cohérence nos aspirations d'hommes, nos responsabilités envers nos enfants, le respect que nous devons à la nature et la construction d'un système économique et social cohérent.

Ce guide de la consommation responsable a le mérite de nous faire prendre conscience de nos responsabilités, comme de notre pouvoir de bâtir notre avenir commun.

FRANÇOIS LEMARCHAND

Président fondateur de Nature & Découvertes