



SERIE SOCIO-ECONOMIE DE SOLIDARITE

Consommation Ethique

CAHIERS DE PROPOSITIONS POUR LE XXI^{ème} SIÈCLE - EDITIONS CHARLES LÉOPOLD MAYER

Les cahiers de propositions pour le XXIe siècle

Les cahiers de propositions forment une collection de petits livres regroupant, dans chacun des domaines déterminants pour notre avenir, les propositions qui auront semblé les plus pertinentes pour mettre en œuvre dans nos sociétés les ruptures et les évolutions nécessaires à la construction d'un XXIe siècle plus juste et plus soutenable. Leur objectif est de stimuler un débat sur ces questions aussi bien au niveau local qu'au niveau mondial.

Les grandes mutations que l'on regroupe sous le terme de "mondialisation" constituent, en elles-mêmes, autant de chances de progrès que de risques de voir s'accroître les inégalités sociales et les déséquilibres écologiques. L'essentiel est de ne pas laisser les grands acteurs politiques et économiques conduire seuls ces mutations. Trop prisonniers de leurs propres logiques de court terme, ils ne pourront que nous mener à une crise mondiale permanente, devenue manifeste depuis les attentats du 11 septembre aux Etats-Unis.

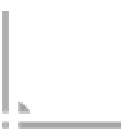
C'est pourquoi l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire [voir annexe] a lancé l'idée, au cours des années 2000 et 2001, d'un processus de collecte et d'identification de propositions émanant de différents mouvements et organisations, de différents acteurs de la société, de différentes régions du monde. Ce travail s'est déroulé au moyen de forums électroniques, et a été ponctué par une série d'ateliers ou de rencontres au niveau international, qui ont abouti la présentation, à l'occasion de l'Assemblée Mondiale des Citoyens tenue à Lille (France) en décembre 2001, d'une soixantaine de textes de propositions.

Ce sont ces textes, éventuellement complétés et mis à jour, qui sont maintenant publiés par un réseau d'éditeurs associatifs et institutionnels en 6 langues (anglais, espagnol, portugais, français, arabe et chinois) et dans 7 pays (Pérou, Brésil, Zimbabwe, France, Liban, Inde, Chine). Ces éditeurs travaillent ensemble pour les adapter aux différents contextes culturels et géopolitiques, afin que les cahiers de propositions suscitent dans chacune de ces régions du monde un débat le plus large possible, et qu'ils touchent les publics auxquels ils ont destinés, que ce soit les décideurs, les journalistes, les jeunes ou les mouvements sociaux.

Présentation du cahier « Consommation Ethique »

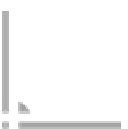
Cette synthèse réunit les contributions du forum électronique "Consommation Ethique" qui a eu lieu de janvier à mai 2001, de la rencontre de Rio de Janeiro, Brésil, en mai 2001 et de la rencontre du pôle de Socio-Economie Solidaire de Findhorn, Ecosse, en juin de cette même année.

L'accélération du cycle de production et d'appauvrissement de la nature (qui fournit les intrants), et la quantité exorbitante de déchets créés jusqu'au moment final de la consommation, orientent le système vers une entropie croissante, phénomène qui à long terme implique un "écocide", un anéantissement progressif de l'environnement, qui rend possible la vie humaine. Voilà en quelques mots une démonstration de l'aspect violent, insouciant et irresponsable lié au cercle vicieux de la production et de la consommation par rapport à l'environnement, aux êtres humains eux-mêmes, et surtout aux générations futures. La consommation, pourvu qu'elle soit durable du point de vue de l'environnement, juste socialement et garante d'une meilleure qualité de vie, est considérée comme un bienfait pour la société. Nous nous proposons de soumettre à un examen approfondi le concept d'éthique afin de pouvoir proposer des alternatives à la marchandisation progressive de la vie mise en place par la logique du marché. Ces alternatives doivent être susceptibles de se transformer en un modèle de développement, fondé sur des critères soutenable d'engagement et valable pour les habitants de la planète en situation d'extrême vulnérabilité. Il s'agit donc de retirer à l'économie sa place centrale et de prendre en compte d'autres valeurs comme la santé, le bonheur et la protection de l'environnement. L'éthique doit être un concept-clé dont il faut redéfinir le cadre plus global et le sens.



Consommation éthique

Cahier coordonné par Flávia Soares et Nelson Diehl



I – CONSTATATIONS ET DIAGNOSTIC

Réflexions sur la "culture de la consommation"

Le point de départ permettant de comprendre comment la consommation est devenue le modèle de la société contemporaine correspond à l'ascension de la bourgeoisie moderne et du capitalisme urbain et industriel. Après la Première Guerre mondiale, se met en place un processus d'industrialisation du travail domestique et du travail féminin. Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, on assiste à l'explosion de la consommation de masse et au début de "l'ère du rêve américain". A partir de ce moment, le marché de la consommation domestique expérimente une croissance continue, et ce principalement grâce à la télévision – outil de la diffusion de ce nouveau style de vie. Dans les années 80, l'internationalisation croissante des marchés et du capital facilite l'extension de la société de consommation, avec son cortège de produits et de symboles standardisés, en grande partie originaires des Etats-Unis, au-delà des frontières de ce pays vers presque tous les pays de la planète et dans presque toutes les langues. C'est ainsi que le processus de globalisation contemporain a permis de véhiculer dans le reste du monde, par l'intermédiaire de la technologie et des médias, une culture basée sur un haut degré de consommation, sur l'individualisme et le court terme.

Il nous faut mentionner ici la surprenante transformation des médias (sophistication des techniques publicitaires, accroissement de l'échelle de production et diversification de la presse écrite, de la radio, de la télévision, du cinéma, de l'industrie discographique et d'Internet) pour pouvoir comprendre comment les messages des médias ont accru leur pouvoir de séduction et encouragé une consommation accrue de biens et de services. Cependant, malgré le fort impact des techniques actuelles, capables de générer des images et une communication en temps réel dans le monde entier, il ne faut pas manquer de souligner que ce processus s'instaure plus facilement là où prédominent passivité et mentalité acritique.

Dans une société qui ne valorise que les aspects économiques, ce sont des indicateurs comme le Produit Intérieur Brut, la balance des paiements ou les indices de consommation, qui nous servent à mesurer la qualité de la vie et le bien-être des personnes. C'est dans ce même but que s'est élaboré récemment un nouvel indice, l'IDH (l'Indice de Développement Humain) qui se fonde sur des critères plus "humains". La nature continue à être considérée exclusivement comme un ensemble de matières premières, un bien naturel perçu principalement sous l'angle économique, et donc de sa valeur commerciale (les minéraux et la biodiversité, par exemple). La contemplation de la nature et le sentiment de plénitude engendré par sa beauté a été reléguée au second plan, bien après sa valeur marchande. Des écosystèmes sont détruits pour extraire un minéral précis ou pour créer, à des fins commerciales, des plantations d'une seule espèce d'arbre.

Du point de vue de l'être humain, ce processus se traduit par une perte de profondeur et une aliénation croissante vis-à-vis du degré de liberté potentielle inhérent à chaque personne, celle-là même qui est à la racine de notre pouvoir de création et d'intervention sur la réalité. Ce phénomène est dû à l'idée,

induite par la publicité, que le bonheur consiste d'une part à consommer de manière individuelle et illimitée, et d'autre part à se précipiter (pour acquérir et obtenir satisfaction de biens), ce qui a pour conséquence de transformer le temps en une succession de moments isolés, caractérisés par une insatisfaction permanente, qui, à son tour, éveille le désir d'une consommation future. De fait, l'économie moderne de marché se base sur le fait que les "individus assimilés à des consommateurs" vivent dans un état permanent de carence subjective, provoqué par les biens de consommation, et ce même au sein de sociétés qui ont résolu la satisfaction des besoins matériels de base. Le rythme d'élimination du marché s'accélère: les cycles de rénovation constante du système de production s'alimentent d'une part, de la production de biens non durables et jetables et d'autre part, d'"innovations" continues, basées sur des phénomènes de "modes" superficiels ou d'"obsolescence programmée" (de légères modifications dans la forme, la technologie ou le style rendant les produits précédents obsolètes). Le manque de durabilité et le faible coût des produits favorisent la recherche constante de nouveaux produits. En général, on n'essaie plus de réparer, puisqu'il est désormais plus facile de se défaire des objets et d'en acheter de nouveaux. La conservation et le recyclage sont des formes d'épargne exclusives aux temps de crise. Mais, outre cette élimination à court terme, il existe aussi l'élimination immédiate de produits, fabriqués pour servir une seule fois, tels les verres en plastique, provoquant ainsi de graves problèmes pour l'environnement. La dissociation entre production et consommation, associée à la position préférentielle occupée par les processus intermédiaires dans la chaîne de production (marketing, transports, commercialisation, distribution), génère un volume de déchets en augmentation constante, dont la plupart ne peuvent être traités.

L'accélération du cycle de production et d'appauvrissement de la nature (qui fournit les intrants), et la quantité exorbitante de déchets créés jusqu'au moment final de la consommation, orientent le système vers une entropie croissante, phénomène qui à long terme implique un "écocide", un anéantissement progressif de l'environnement, qui rend possible la vie humaine. Voilà en quelques mots une démonstration de l'aspect violent, insouciant et irresponsable lié au cercle vicieux de la production et de la consommation par rapport à l'environnement, aux êtres humains eux-mêmes, et surtout aux générations futures.

"Modernisation de la Pauvreté"

Le concept de "modernisation de la pauvreté" (Illich, 1978) se réfère à l'appauvrissement des capacités mentales et opérationnelles d'un individu au moment d'affronter les problèmes quotidiens, lequel finit par se transformer en un besoin de consommer. Quand ce type de pauvreté et de déracinement prédominent, il se produit une perte graduelle des capacités individuelles et collectives; or ces savoirs qui auparavant étaient généralisés et faisaient partie du quotidien, permettaient de satisfaire certains besoins essentiels. Cet abandon de pratiques anciennes transforme donc la société moderne en une société toujours plus dépendante des relations d'achat et de vente dans lesquelles la monnaie joue le rôle d'intermédiaire. C'est là une autre des conséquences d'un marché omniprésent et situé au-dessus des valeurs existentielles, qui réduit le temps consacré aux activités inutiles pour la production de capital – par exemple, le temps passé en famille, avec les amis, les voisins ou dans la nature.

Cette perte du pouvoir de chacun ne se restreint pas seulement aux tâches quotidiennes ou à des connaissances précises (sur l'éducation, la santé, etc.), elle s'étend aussi à notre connaissance du monde. Dans la pratique c'est le travailleur-spectateur-consommateur qui accepte ce processus, dans la mesure où il s'en accommode ou qu'il ne tente pas d'en faire une analyse critique. Il renonce ainsi à sa propre compréhension du monde et finit par se considérer comme quelqu'un qui ne possède pas ce que les "experts" ou la publicité lui présentent comme étant absolument essentiel.

Les hommes et les femmes actuels, de plus en plus privés des outils nécessaires à leur autonomie, deviennent progressivement incapables de définir leurs besoins à partir de leur propre expérience. Ils se mettent dès lors à chercher la liberté de pouvoir dominer leurs besoins par l'intermédiaire de la consommation, oubliant en cela que liberté ne signifie pas disparition des besoins mais bien autonomie de l'être humain face à ses propres impératifs. Cette autonomie implique une compréhension de la réalité potentielle en tant qu'ensemble de probabilités entre lesquelles choisir et décider; elle suppose aussi comprendre que la liberté exige la sagesse d'une relation de dialogue avec la vie. Dans cette optique, il convient de citer le concept de richesse abstraite (tout ce qui est accumulé sans qu'on ne parvienne à en tirer satisfaction), dont la valeur est inversement proportionnelle au degré de liberté. A titre d'exemple, pensons au fonctionnement de notre propre corps : tout aliment ou toute boisson que nous consommons en excès produit un déséquilibre, un désordre, une maladie et un gaspillage. Cet excès implique aussi que d'autres personnes sont privées de cette consommation. Ainsi, de même que le corps requiert une quantité suffisante d'aliments solides et liquides de bonne qualité pour être en bonne santé, les actions d'une collectivité seront aussi fonction des produits consommés. L'indigestion et la colère trouvent leur source dans les excès de toutes sortes.

La question éthique qui consiste à déterminer "ce qui est réellement suffisant", tant sur le plan individuel que collectif, a tout simplement disparu de l'idéologie économique de la modernité.

La limite entre le concept de nécessité (demande contingente/contrôle de soi-même) et celui de désir (structurellement insatiable/contrôle de l'autre) devient de plus en plus floue en raison de la stimulation maximum de l'impulsion à acheter, engendrée par la publicité. Cette "confusion" entre les concepts de nécessité et de désir nous rend aveugles à la possibilité d'identifier nos besoins réels, tout en permettant que prédomine la "consommation insensée", qui nous coupe de nos relations affectives les plus importantes. Autrement dit, l'obligation d'opter pour une identité enracinée dans l'AVOIR plutôt que dans l'ETRE a transformé une grande partie des sociétés contemporaines en sociétés superficielles, sociétés de l'image, séparant, comme jamais auparavant, image et contenu et se condamnant ainsi au vide existentiel.

La consommation est depuis un certain temps utilisée comme référence importante pour la compréhension d'un grand nombre de sociétés et d'époques, mais elle va encore bien au-delà, elle est désormais un indicateur du processus de socialisation. Il est difficile de prétendre que la société contemporaine ait fait un véritable pas en avant en matière de qualité de la vie, puisque l'accroissement du bonheur et de la réalisation personnelle qui devait suivre ne s'est pas produit, même si actuellement nous disposons d'un accès à

la consommation quatre fois et demi supérieur, et d'une plus grande variété technologique, qu'entre la fin du XIX^e et le début du XX^e siècle. Dans la course vers plus de pouvoir d'achat, l'amour, la tolérance, la responsabilité, l'engagement, l'harmonie et la solidarité (les sources essentielles de la satisfaction humaine) sont relégués au second plan. Le plaisir immédiat et fugace de la consommation engendre un sentiment de frustration et d'insatisfaction, qui renforce la situation de dépendance envers des modèles de vie étrangers à l'individu et ceux-ci, à leur tour, favorisent le déracinement et la déshumanisation. Il ne reste qu'un sentiment " d'indifférence " envers la vie, qui révèle l'origine du malaise et du vide existentiel contemporain, trouvant son expression dans une quête désespérée et perpétuelle à l'intérieur des temples - les centres commerciaux - de la solution miraculeuse : la satisfaction créée par la consommation de biens et de services, susceptibles de soulager l'angoisse et d'apporter le bonheur.

Développement et Inégalité

Une analyse des principes de base de l'idéologie fordiste dévoile l'alliance supposée entre la notion du bien-vivre ou bonheur et la consommation privée illimitée : le désir d'AVOIR toujours plus. Cette hypothèse justifie une production croissante et illimitée, qui est à la base du système capitaliste et répand, dans le monde entier, les promesses d'un modèle de développement s'autodéfinissant comme " le " processus civilisateur.

La globalisation bouscule ceux qui n'adhèrent pas à son dogme. Elle importe des styles de vie au nom d'une " modernisation " auto-justifiée. Le processus de décolonisation, entraînant la formation et l'amplification de marchés de consommateurs pour les produits des grandes puissances, a soumis les économies du Tiers Monde à un pacte de dépendance, alimenté par l'intériorisation d'une sévère autocritique. Ces pays ont servi pendant des siècles (et continuent à le faire) de tremplin et de soutien pour la croissance des grandes puissances, autrement dit, le modèle de développement en vigueur est fondé sur un modèle colonial d'exploitation.

" Les modèles de vie dans les pays riches du Nord n'auraient pu atteindre un niveau si élevé, si le Sud colonisé n'avait été et ne continue à être aussi exploité. Si tout le travail nécessaire à l'obtention des produits qui se vendent dans les pays riches était payé au même niveau que celui d'un ouvrier spécialisé en Allemagne, la plupart de ces produits seraient si chers que seule une petite minorité pourrait les acheter. Ce qu'on nomme "développement" - mais que Vandana Shiva appelle le " mauvais développement " - n'est pas un processus évolutif allant du bas vers le haut, mais bien processus de polarisation, à l'intérieur duquel certains deviennent de plus en plus riches aux dépens d'autres de plus en plus pauvres. Il y a 200 ans, le monde occidental n'était que 5 fois plus riche que les pays pauvres actuels. En 1960, ce rapport passait à celui de 20 fois supérieur et en 1983, la proportion atteinte était de 46 fois plus. La richesse des pays riches augmente de plus en plus vite et dans les limites d'un monde limité ; ce qui implique qu'elle croît aux dépens des autres, que je continue à désigner comme les " colonies ". (Mies: 1991, p. 38) "

La différence existant entre les rapports Nord/Sud consiste en ce que Vandana Shiva appelle " mauvais développement " : un processus de radicalisation des inégalités socio-économiques entre les pays. Ce modèle se reproduit à l'intérieur des pays du Tiers Monde, avec la polarisation des classes sociales et la concentration des bénéfices obtenus à partir de l'exploitation de la misère.

Pour les pays du Sud, le mirage d'un jour pouvoir consommer comme le Nord est une promesse, pour la plupart d'entre eux, éternellement ajournée : un rêve impossible parce qu'il est insoutenable pour la planète. Très souvent, les plans de développement conçus par les agences nationales ou internationales, ayant comme objectif d'amener les bénéfices de la société de consommation, bousculent les pratiques traditionnelles porteuses d'une certaine cohésion sociale et aggravent les conditions de vie des petites communautés. L'ordre économique international actuel, outre qu'il relève de l'utopie, est profondément injuste, puisque près de 20% de la population humaine, vivant surtout dans les pays du Nord, vit plongée dans le gaspillage et la surconsommation, tout en accaparant 80% des matières premières et de l'énergie produites annuellement sur la planète, tandis que près de trois mille millions de personnes vivent dans la misère et dans une carence matérielle presque totale. Outre le fait d'être socialement insoutenable, cette situation alimente un modèle de civilisation également insoutenable sur le plan écologique, dans la mesure où se prétend être la destinée de l'économie un modèle de consommation négligent et totalement irréaliste quant aux limites objectives de la planète. Un modèle qui ne peut se démocratiser à l'ensemble de l'humanité, puisque son existence pour un secteur très minoritaire, un cinquième de la population mondiale, a suffi à miner la capacité de survie de la planète. Il nous faut mentionner ici que, bien que très peu visibles, il existe des initiatives, dans le domaine social ou environnemental, qui refusent de se soumettre à ce style de vie et qui donnent priorité aux pratiques et valeurs culturelles locales comme moyen de survie.

II – VISIONS ET NOUVEAU PARADIGME

La critique à un certain modèle de consommation est aussi une critique du productivisme: un modèle de surproduction et de surconsommation de biens – souvent jetables, d'ailleurs --, qui réduit l'environnement et l'être humain lui-même à la catégorie de marchandise. La consommation, pourvu qu'elle soit durable du point de vue de l'environnement, juste socialement et garante d'une meilleure qualité de vie, est considérée comme un bienfait pour la société.

Nous nous proposons de soumettre à un examen approfondi le concept d'éthique afin de pouvoir proposer des alternatives à la marchandisation progressive de la vie mise en place par la logique du marché. Ces alternatives doivent être susceptibles de se transformer en un modèle de développement, fondé sur des critères soutenable d'engagement et valable pour les habitants de la planète en situation d'extrême vulnérabilité. Il s'agit donc de retirer à l'économie sa place centrale et de prendre en compte d'autres valeurs comme la santé, le bonheur et la protection de l'environnement. L'éthique doit être un concept-clé dont il faut redéfinir le cadre plus global et le sens.

Si nous acceptons de relever ce défi, il faut impérativement définir le concept de Consommation Ethique et sa signification, ce qui nous permettra d'atteindre les objectifs fixés par ce document.

Bien que ce concept trouve sa source dans une critique à la surconsommation et à la société de consommation, il est important de souligner que le débat associant consommation et éthique est très récent. Ce qui explique que les bases théoriques de sa définition sont encore en construction. La dénomination même de "consommation éthique" est encore soumise à caution : on parle de consommation éthique, consommation solidaire, consommation responsable, consommation équitable, entre autres. A notre avis, grâce à la multiplication et à l'approfondissement des discussions théoriques et pratiques, ces questions vont pouvoir s'enrichir et jouir ainsi d'une meilleure évaluation.

Nous allons essayer de décrire plusieurs visions qui sont apparues au cours des débats sur ce thème.

Le concept de "consommation éthique" s'inscrit a priori dans la définition qu'on a de l'"éthique". Pour ceux qui considèrent que l'éthique fait référence à des critères qui nous permettent de distinguer le Bien du Mal, le concept de Consommation Ethique se doit d'englober une dimension d'une autre idée de consommation, d'une façon de consommer qui ne s'appuie pas sur l'individualisme. Le mot qui définit le mieux ce rapport avec le monde est le mot "solidaire". Il sert à qualifier et à mettre en évidence l'importance de "l'Autre" comme base éthique de la consommation. Nous parlerons dans ce cas d'une "consommation éthique solidaire".

On peut aussi trouver dans la littérature la dénomination simplifiée "Consommation solidaire": celle-ci se réfère à une consommation qui prend en compte non seulement notre bien-être personnel mais aussi notre bien-être collectif, puisque c'est dans la consommation que se complète la production, créant un impact sur tout l'écosystème et sur la société en général. Dans cette vision, la sélection du type de consommation peut être favorable ou non à la création ou au maintien de travail productif dans une société donnée, à la

préservation des écosystèmes et à la promotion du bien-être collectif de groupes humains, de pays et de la planète.

Le terme de “ Consommation responsable ” -- employé en Europe et surtout en France—apparaît pour définir la prise de conscience du pouvoir des consommateurs, devenus des agents économiques ayant un rôle à jouer aussi important que celui des entreprises ou des instances de régulation du marché. Cette vision intègre une lecture de l'économie qui cherche à répondre aux habitants d'un monde économique et politique qui ne voit dans tout être humain qu'un simple consommateur. Dans ce sens, agir pour consommer autrement, c'est se préoccuper de qui va bénéficier de l'argent que nous payons pour un bien ou un service et exercer une pression économique à partir du bas compensant ainsi les pressions législatives provenant d'en haut. Cela implique agir et se mobiliser pour avoir accès à une information claire, susceptible de faire évoluer la loi et d'exercer une pression sur les entreprises de manière à ce que chacun d'entre nous, et ce dans le monde entier, puisse disposer des moyens nécessaires à la consommation de produits de qualité. Il existe donc des dénominations plus complexes et détaillées (de trois termes ou plus) et d'autres plus simples et plus directes, qui se basent sur une définition claire de la signification du concept adopté.

Dans ce document, nous utiliserons provisoirement le terme "Consommation Ethique" (nom original du forum de discussion du chantier du Pôle de Socio-Economie Solidaire), entendant par "éthique" un ensemble de valeurs basées sur l'attention et la responsabilité envers soi-même, envers les autres et envers l'environnement, qui se trouve au centre des actions et des relations intégrées à la vie. Ce concept contemple donc le respect des limites de l'être humain et de la Nature, la reconnaissance de la Terre comme source de la vie, la co-responsabilité dans la gestion collective et la reconnaissance du droit de l'Autre à accéder aux ressources et aux produits nécessaires pour obtenir une qualité de vie qui soit digne (ce qui implique que toutes les relations, services, produits et idées inscrits dans le cadre de la consommation éthique entrent de plein pied dans celui de pleine citoyenneté, seule garante des droits matériels, politiques, à l'éducation, à l'information et des droits éthiques des individus). De plus, la Consommation Ethique se définit comme l'achat et/ou l'usage des biens, services ou idées qui s'appuient sur ce concept éthique.

La Consommation Ethique a donc pour but de réorienter les habitudes de l'espèce humaine vers une amélioration qualitative des conditions de travail, de l'environnement, de la santé et de l'éducation, grâce à la promotion d'un style de vie prudent au niveau écologique et socialement juste.

Mais comment parler de consommation éthique dans des contextes aussi différents: d'un côté, des populations qui vivent dans l'opulence et de l'autre, des peuples vivant dans des conditions infrahumaines? Comment pourrait-elle avoir le même sens pour ceux qui historiquement ont toujours été les dominateurs et les civilisés et ceux qui ont été les dominés et les barbares? Cette première analyse est fondamentale pour que le débat sur la consommation éthique ne soit pas restreint à une discussion élitiste et académique, éloignée de la réalité de cette grande partie de la population mondiale, qui vit dans l'angoisse de ne pouvoir satisfaire ses besoins essentiels de consommation, l'alimentation, le logement, l'éducation, les services sanitaires, etc.

A notre avis, parler de consommation éthique pour les classes aisées ou moyennes doit impliquer une réflexion et une qualification de l'acte de consommation, qui inclue l'éthique comme référent dans la consommation individuelle et collective, afin d'obtenir des modes de satisfaction qui soient écologiques et socialement viables, et ainsi éliminer ceux qui dégradent l'environnement et l'être humain. De fait, cela implique aussi de consommer moins de matériaux et d'énergie, tant à titre individuel que collectif, surtout quand ces matériaux servent à la production d'infrastructures superflues, dont la marge d'utilité est très réduite. Pour que la satisfaction des besoins matériels de tous puisse être assurée, moins consommer devient la condition nécessaire justifiée par les limites de cette planète qui est la nôtre et dont les ressources se font de plus en plus rares.

Quant aux classes sociales qui ne parviennent pas à satisfaire leurs besoins essentiels, leur liberté de choix est réduite au plus haut point, au point d'en arriver même à ne pas avoir de choix possible dans les cas de misère extrême. Selon les chiffres du dernier rapport du Programme pour le Développement Humain de l'ONU, intitulé *Consommation pour le Développement Humain*, 20% des personnes les plus riches de la planète sont responsables de 86% du total des dépenses de consommation privée, alors que les 20% les plus pauvres ne consomment que 1,3% de ce total (plus d'un milliard de personnes sont ainsi privées de la satisfaction de leurs besoins essentiels). A ce stade, nous croyons qu'il est vital que l'Etat et la société civile organisée s'impliquent pour garantir un niveau minimum qui permettent aux personnes se trouvant dans cette situation de sortir de toute urgence du niveau de survie dans lesquelles elles se trouvent et pouvoir justement réfléchir à leur avenir et l'évaluer. Une fois atteinte cette nouvelle position, le processus de qualification de la consommation sera important, dans la mesure où les effets de la publicité et du marketing favorisent, en général, l'idéalisation d'un style de vie caractérisé par une consommation exagérée, ne respectant ni la culture, ni les habitudes locales, ni les postures éthiques. Si nous ne sommes pas capables de fournir ce niveau minimum, le discours sur la consommation éthique ne pourra être qu'hypocrite pour la partie de l'humanité qui vit en luttant quotidiennement pour une existence sans perspectives d'avenir. Est-il besoin de rappeler que les désirs de surconsommation non assouvis peuvent soudain exploser, pouvant même entraîner des actes irrationnels et inhumains de violence contre la société qui les a produits.

Mais que se passerait-il si d'une réflexion sur la consommation on passait à l'action? Dans un scénario de ce genre, c'est la création des impacts négatifs sur l'économie, et donc sur l'emploi, qui serait soumise à examen. Or, parmi les réponses possibles, il y a celle d'une consommation de produits et de services produits dans le cadre d'une économie solidaire et dont les bénéfices seraient répartis à l'intérieur du collectif. Dans cette perspective, la consommation renforce les alternatives de production promues par les collectivités et les organisations sociales, ce qui conduit à la création d'un plus grand nombre d'emplois et à une meilleure distribution des richesses.

On peut même imaginer qu'une prise de conscience critique sur la consommation puisse en soi signifier la réduction de la quantité exclusive des bénéfices économiques, accompagnée d'une redistribution des ressources vers d'autres types de production, qui développent des technologies sociales et environnementales correctes, à même de générer plus de richesse pour un plus grand nombre de personnes.

III- INITIATIVES ET INNOVATIONS

Pour que des initiatives mobilisatrices et de sensibilisation à la consommation éthique soient entreprises, il est à notre avis fondamental d'intervenir dans 2 domaines : celui de l'éducation et celui de la démocratisation de l'information. L'éducation doit stimuler la formation d'esprits critiques défendant une éthique qui respecte et assume la responsabilité par rapport à l'Autre. Pour ce faire, il est essentiel d'inclure dans les programmes du système éducatif classique ou les cours de formation professionnelle pour les travailleurs, la consommation éthique et une réflexion critique sur la publicité, de manière à encourager les débats dans les salles de classe et les réunions familiales. Une condition préalable à ce processus est la formation de professeurs par l'intermédiaire de cours de formation et de recyclage pour qu'ils puissent ensuite aborder ces sujets dans leurs cours.

Comme complément à l'aspect éducatif, l'aspect information est nécessaire car c'est celle-ci qui donne la possibilité d'opter, de choisir, c'est elle qui donne du pouvoir au consommateur : qui allons-nous appuyer par les choses que nous consommons? Allons-nous favoriser le maintien de rapports de production dans lesquelles des multinationales exploitent leurs sous-traitants ou allons-nous contribuer à ce que de petites initiatives s'impliquent fortement dans les domaines sociaux et environnementaux? Mais comment savoir quels sont ces produits et ces marchandises? Comment savoir si le rouge à lèvres que j'achète est souillé par la faim des femmes de Bihar ou par la torture de milliers de cobayes et souris de laboratoires? Comment connaître les effets toxiques associés aux batteries des téléphones portables ? Et que dire des radiations émises par les appareils électroniques dans l'environnement?

En fragmentant les processus productifs entre les pays qui offrent le plus d'avantages comparatifs, la globalisation dissimule les rapports d'exploitation liés à la production des marchandises, parce que les schémas internationaux de tertiarisation et de sous-traitance rendent difficiles un suivi et une fiscalisation permanente, y compris des entreprises qui se targuent d'être écologiquement correctes. Pourtant, découvrir les rapports d'exploitation inhérents aux marchandises en vente est une tâche fondamentale pour transformer les rapports de marché en rapports personnels concrets. Cela implique un processus d'apprentissage qui remette en question l'articulation entre les relations que nous établissons dans notre travail et notre vie et les relations d'exploitation inhérentes aux produits que nous consommons. Ainsi c'est le concept de liberté subjective propre à chacun qui s'élargit, et une certaine autonomie face à la connaissance générale de la nature, à l'histoire et à la vie d'autres pays qui augmente, favorisant en cela un rejet du compromis et de la manipulation mercantiles.

Comme initiatives d'intervention, on pourrait penser à un système pour divulguer ce type d'information/dénonciation par l'intermédiaire d'organisations ou de mouvements sensibilisés à différents thèmes (la question du genre, de l'environnement, le racisme, le travail), qui comprendrait des feuillets, des campagnes d'information, des vidéos éducatives, etc. On pourrait aussi tenir compte de l'option offerte par les moyens de diffusion existants (Internet, les universités, les mouvements sociaux, etc.) pour créer des mécanismes d'accès à l'information, la promotion de campagnes,

l'organisation de l'information et la promotion de débats et, d'une manière générale, une plus grande diffusion des relations qui s'établissent entre les êtres humains en raison d'une consommation excessive et individualiste. Une stratégie essentielle consiste à créer des formes alternatives d'interaction au sein même des processus de production (dans la circulation des produits, l'organisation sociale, le traitement de l'information, les niveaux et modèles de consommation, etc.): cela exige un apprentissage responsable et solidaire par rapport au présent et à la vie, plus de connaissances pour s'engager dans la recherche de solutions, de prendre plus de risques pour agir et pas seulement se cantonner dans la théorie. La systématisation de cette information peut aider à décider mieux ce dont nous avons besoin et ce dont nous pouvons nous passer ou à savoir qui nous allons favoriser par nos actes de consommateur.

Egalement importante, la systématisation des données relatives aux initiatives solidaires existant dans les différentes régions du pays et du monde, afin de faciliter le contact avec celles-ci et un accès plus rapide et plus facile des consommateurs à ces produits et ces services, par la création de canaux de distribution (livraison par téléphone, foires indépendantes, etc.) en vue de consolider et de promouvoir ces initiatives dans les réseaux de collaboration solidaire (non réglementés par les lois du marché, sinon par des prix justes). Pour cela, il est essentiel d'obtenir, de manière permanente, des données actualisées de ces initiatives, pour les inclure dans les banques de données déjà existantes. Ainsi, les banques de données seront vraiment des canaux de consultation pouvant être utilisés sur une grande échelle pour une consommation écologiquement durable et socialement juste.

IV - PROPOSITIONS

Le défi que nous devons relever est celui de changer un modèle caractérisé, d'une part, par une absence de limites pour un marché autorégulé et d'autre part, par l'accumulation et la consommation – illimitées – de biens matériels. Cette transformation implique une véritable révolution sociale, économique, politique, morale, culturelle, intellectuelle et spirituelle: l'introduction de la consommation éthique comme règle dans les réunions syndicales et des mouvements sociaux, puisque ces derniers sont aussi des consommateurs (individuellement et en tant que groupe, dans le cadre des actions réalisées). Ainsi ils pourront dépasser la simple dénonciation et réfléchir à leurs expériences et à leurs luttes – lutter pour consommer davantage ou pour une consommation éthique? – par des actions au quotidien, locales mais articulées en réseau de manière à créer un effet multiplicateur.

Il s'agit de réduire les inégalités sociales les plus radicales à partir de l'organisation d'une autre façon de faire de l'économie et de consommer. Et ce processus doit progresser lentement par un renforcement graduel des réseaux transversaux, afin que ceux-ci exercent cette éthique dans leur pratique quotidienne de consommation, tout en attirant des politiques qui vont dans ce sens. Et cette articulation de différents niveaux d'interventions, du secteur de la production jusqu'aux autres secteurs de l'économie doit impliquer l'Etat, les mouvements sociaux et toucher les comportements de chacun. Nous présentons ci-dessous, d'une façon synthétique, quelques propositions concernant chacun de ces aspects :

- 1- **Promouvoir le modèle d'une consommation responsable et consciente** – Encourager le débat sur les conséquences écologiques et humaines des modèles de consommation, au niveau local, national et global, pour pouvoir élaborer des patrons de consommation individuels et collectifs qui ne seront préjudiciables ni au milieu collectif, ni aux générations futures, ni à la satisfaction démocratisée des besoins humains. Dit autrement, des patrons de consommation qui favorisent l'équité, le développement durable et la qualité de la vie.
- 2- **Favoriser la rupture avec le modèle associant surconsommation et réalisation personnelle.** – Valoriser les formes de satisfaction des besoins en vue d'un " mieux-vivre ", qui ne se basent pas sur une relation de type commercial, sinon de coexistence sociale, d'échange affectif et d'identité culturelle. Remettre en question la surconsommation comme élément nécessaire au fonctionnement du système de production et ne pas la considérer comme un instrument de réalisation personnelle.
- 3- **Promouvoir le contrôle démocratique de l'industrie publicitaire** – Créer des organismes de réglementation des messages publicitaires, avec une forte représentation de la société civile organisée, dont la fonction serait de proscrire le mensonge, la manipulation de l'information et la création artificielle de besoins. Dénoncer les mécanismes psychologiques subtils employés par l'industrie publicitaire pour modeler les désirs et les manques en fonction des intérêts du capital.

- 4- **Veiller à plus de transparence et d'honnêteté dans l'information fournie au consommateur.**- Créer des centres de discussion et d'information, largement ouverts à l'opinion publique, fournissant des indicateurs et des données sur la qualité des produits et sur les impacts écologiques et sociaux dérivant de leur production. Démocratiser les procédures d'établissement des prix et des coûts des produits et des services, ce qui permettra l'intervention du consommateur dans l'élaboration de prix justes.
- 5- **Renforcer l'action des pouvoirs publics dans la promotion de la consommation durable.** - Dynamiser l'action des gouvernements démocratiques, pour que ceux-ci se transforment en associés importants, sans toutefois centraliser les décisions concernant la réglementation du secteur privé et la satisfaction des besoins de base de la population. Stimuler la mise en place et le respect de lois garantissant les droits des consommateurs et adopter le principe de précaution dans la libéralisation de produits et de services potentiellement nuisibles au bien-être collectif. Mettre en oeuvre des politiques fiscales favorisant l'économie solidaire et sanctionnant les systèmes de production qui encouragent le gaspillage, la pollution ou la marginalisation sociale.
- 6- **Promouvoir la consommation éthique dans la production des infrastructures collectives.** - Informer les législateurs, les hommes politiques et les fonctionnaires publics en général, en les sensibilisant aux méthodes de la consommation éthique: par exemple, réduction de leur consommation d'eau, de papier ou d'énergie ; modifier les règlements relatifs aux appels d'offre de manière à privilégier des critères sociaux et écologiques, programmer et appliquer les modèles alternatifs de transport ou de distribution d'énergie qui utilisent des technologies durables.
- 7- **Encourager l'action collective contre les biens de consommation qui favorisent l'injustice et la non-durabilité.** Créer un réseau d'informations et d'action effectives pour lancer des campagnes et des actions publiques dénonçant les entreprises qui exploitent les travailleurs ou qui détruisent l'environnement, de manière à développer et renforcer des réseaux internationaux de consommateurs solidaires sensibilisés à ces thèmes, afin de collaborer à l'articulation de mouvements nationaux et régionaux pour une consommation éthique. Organiser le boycott collectif des biens et services produits à partir de rapports d'exploitation de l'être humain, des animaux ou de la nature, ainsi que des produits et services en provenance de pays qui fomentent la guerre ou de ceux dans lesquels ni l'être humain ni l'environnement ne sont respectés, même si ces produits sont moins chers.
- 8- **Encourager l'action collective en faveur des biens de consommation qui se caractérisent par leur caractère bénéfique et durable.** - Faire largement connaître les bénéfices d'un choix individuel et collectif pour des biens et services produits de manière écologique (sur la base de technologies non polluantes, doté d'un emballage minimum et recyclable ou nécessitant un minimum de consommation d'énergie, etc.) et socialement justes (créés à partir d'initiatives de production locales, fondées sur l'autonomie, la coopération, la distribution correcte des revenus et la promotion d'une vie digne pour les travailleurs).

- 9- **Promouvoir la satisfaction toujours plus importante des besoins sociaux de consommation**, par l'intermédiaire de l'économie solidaire. Systématiser et diffuser des informations actualisées sur les interventions solidaires existantes, pour pouvoir ainsi encourager les choix éthiques, faciliter des échanges et restructurer, d'une façon complémentaire et solidaire, les chaînes de production à partir de la consommation. Créer des points de vente au détail et des canaux de distribution favorisant au maximum le rapport direct entre producteur et consommateur, pour que s'établissent, au-delà du simple échange commercial, des relations culturelles et sociales enrichissantes.
- 10- **Encourager une culture de la consommation éthique** – Mobiliser et sensibiliser à la consommation éthique par l'éducation (de manière à favoriser la gestation de mentalités critiques et la défense d'une éthique du respect et de la responsabilité vis-à-vis de l'autre) et par l'information (révéler les relations d'exploitation inhérentes aux marchandises de manière à ce que le consommateur puisse opter, choisir, exercer son pouvoir de consommateur). C'est ainsi que nous serons à même d'analyser l'articulation entre notre travail et notre vie, ainsi que les relations d'exploitation qui se trouvent à l'intérieur même des produits que nous consommons. Introduire une réflexion critique sur l'économie, la publicité et la consommation au cours des différentes étapes du système classique d'éducation, dans les cours de formation des professeurs ou dans les cours de formation professionnelle.
- 11- **Encourager la formation des acteurs sociaux ayant opté pour la consommation éthique** – Introduire la consommation éthique dans les réunions syndicales et celles des mouvements sociaux, puisque ce sont eux-aussi des consommateurs, de manière à favoriser la formation, l'intervention, la promotion et l'élargissement des associations de producteurs, de consommateurs et des réseaux de collaboration solidaire. Valoriser la famille et, plus précisément les femmes, comme agents principaux de la formation de citoyens pratiquant une consommation responsable vis-à-vis du milieu social et écologique.

IV – STRATEGIES ET ORGANISMES

La consommation implique une grande diversité d'organismes de notre société : politiques, sociaux ou économiques. Pour que le processus de transformation de la société dans son ensemble soit véritablement efficace, une synergie positive entre ces différents organismes en matière d'éthique s'impose.

L'individu

Aucune transformation réelle de la société n'est possible sans une nouvelle attitude individuelle. Si on part de l'hypothèse qu'il faut changer le monde pour l'améliorer et que l'on désire le meilleur tant pour l'autre que pour soi-même, chaque individu doit assumer la responsabilité de son auto-transformation. Ce qui implique entamer une réflexion critique sur ses propres désirs et donc sur sa propre consommation. Il s'agit de modifier ses habitudes en recourant à de nouveaux modes de satisfaction écologiques et socialement viables. Un individu conscient et bien informé est toujours plus vigilant face à la séduction exercée par la publicité ou face à des attitudes de consommation qui ne sont pas éthiques, il ne tombe pas dans les pièges tendus par l'industrie publicitaire.

La Famille

La famille est l'organisation la plus importante de la société, puisqu'il s'agit du premier groupe intégré par l'individu. C'est au sein de la famille qu'il se forme et c'est là que se reproduisent et se développent les habitudes ou les attitudes par rapport à la vie. Il est donc important d'entendre la consommation éthique comme une valeur et une action visant à éveiller chez nos enfants ce qui deviendra les valeurs de la société future. Les groupes familiaux qui vivent dans une même communauté à la campagne ou à la ville peuvent s'unir pour aider à enseigner à d'autres groupes en quoi consiste la consommation éthique. Les femmes, surtout, jouent un rôle important dans les expériences de respect envers la vie et dans la formation des personnes à une pratique de consommation sociale et écologiquement responsable, et ce par l'intermédiaire de programmes d'éducation et d'information s'adressant à la partie de la population susceptible de pouvoir multiplier les expériences saines, durables et éthiques.

La Communauté Locale

La recherche de sociétés durables implique la recherche d'un style de vie sain, socialement juste et écologiquement durable, grâce à une croissance graduelle et significative du pouvoir de l'individu et de la famille, par le renforcement et la valorisation des rapports communautaires et le comportement de chacun adapté à sa sphère locale. C'est à l'intérieur de la communauté que la personne exerce, réellement, sa citoyenneté.

L'Etat

Le rôle de l'Etat doit être de promouvoir et distribuer la richesse, il doit avoir la responsabilité d'analyser et de réglementer dans quelle mesure et où il faut créer et appliquer cette richesse, de manière à rendre la société plus égalitaire

tout en prêtant l'attention nécessaire aux besoins essentiels associés à la santé, l'éducation et l'aide à l'ensemble de la population. Il doit intervenir de manière éthique dans la consommation des ressources et dans ses appels d'offre. De même, il doit édicter et faire appliquer des lois avantageant les produits et les services éthiques et élevant le prix, grâce à l'application de taxes environnementales, des produits nuisibles à la société et à l'environnement.

Organismes Supranationaux

Compte tenu de la complexité de la société contemporaine, ces instances de pouvoir et d'information doivent agir pour réglementer, à l'échelle globale, les principes du développement durable, à partir d'une réorientation de la coopération internationale vers plus de solidarité et moins d'aide économique. En outre, elles doivent s'opposer à l'offensive monopolisée en matière de brevets et entamer avec les différentes cultures un dialogue ouvert sur l'acceptation des coutumes des peuples et des régions dans le domaine économique, social et écologique, parce que les impacts sur l'environnement de la technologie, du commerce, du système financier, de l'information et de l'utilisation des ressources naturelles et énergétiques dépassent largement les frontières.

Associations et Coopératives

La société civile organisée exerce son pouvoir et sa citoyenneté d'une façon plus intense dans les associations et les coopératives. Les associations de consommateurs, par exemple, sont fondamentales pour l'orientation, l'éducation et la formation du consommateur et pour promouvoir des alternatives de production, de commerce et de services. Elles luttent pour faire appliquer le principe de précaution, recours très utile pour empêcher l'introduction de technologies à haut risque, comme l'ingénierie génétique et les organismes génétiquement modifiés, en agriculture et dans le domaine médical. Ces associations peuvent obtenir et divulguer des informations non révélées ou dissimulées sur les étiquettes des produits. Démocratiser l'information qui circule dans le système économique – la production, le commerce, les services – est la tâche principale des associations de consommateurs, puisque les véritables détenteurs de l'information et des connaissances ne transmettent que ce qui les intéresse. Les associations doivent rapprocher la réalité et la complexité du processus de production du consommateur et vice-versa. Le système d'intermédiaires augmente la distance entre le producteur et le consommateur et plus il est complexe, plus il est facile de manipuler les agents intermédiaires – industrie, commerce, publicité, système financier, transport. De leur côté, les coopératives sont des organisations économiques qui, dans l'exercice de leurs activités quotidiennes, sont organisées démocratiquement et jouent un rôle important grâce à la formation de réseaux en vue de promouvoir la consommation éthique.

Dans le cadre des stratégies visant la continuité de la discussion et de l'intervention sur la consommation éthique, quelques propositions ont été présentées :

- Tous les participants aux débats des forums électroniques et des rencontres, qui sont impliqués dans ce thème, doivent faire connaître aux organisations de leurs états et/ou pays leurs collaborations aux débats pour qu'elles puissent travailler conformément à leurs objectifs.
- Proposition pour continuer le débat sur la consommation éthique de maintien de la page web (<http://consumption.socioeco.org>), de manière à avoir une seule page réunissant tous les débats concernant le reste des thèmes et qui servira aussi bien pour utiliser les listes de débat déjà existantes que pour accueillir de nouvelles listes orientées vers la poursuite du débat sur la consommation éthique, afin de pouvoir ainsi échanger des impressions se référant à des expériences positives sur cette consommation éthique et sur d'autres questions ayant trait au même thème, à travers Internet.
- Renforcer et divulguer les banques de données sur les actions solidaires qui sont déjà en cours de réalisation, ainsi que les données actualisées au niveau local et de l'Etat, pour qu'il soit plus facile au consommateur d'accéder à ce type de produits.
- Soutenir ces produits en organisant et/ou participant aux foires écologiques et aux actions servant à échanger des idées sur la consommation éthique, en articulation avec d'autres organismes.
- Collecter des données pour l'élaboration d'un " code " de consommation éthique (un document synthétique pouvant être distribué et apposé sur les produits et qui servira à divulguer ce concept et à favoriser la réflexion et le débat).
- Entrer en contact avec des institutions liées au tourisme responsable et à la banque solidaire pour élargir le débat et continuer à dialoguer et à travailler de façon articulée (par exemple, boycott de consommateurs dans certains pays).

BIBLIOGRAPHIE:

- ILLICH, I., 1978, *Toward a history of needs*. New York, Pantheon Books.
- MANCE, Euclides (org.) *Documento do Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias* - Mendes/RJ/Brésil, juin 2000.
- MANCE, Euclides. *A Revolução das Redes - a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual*, Ed. Vozes, Petrópolis, 2000.
- SOARES, F. P., *A Descartabilidade do Humano. A dinâmica do consumismo na globalização contemporânea*. Document de thèse, COPPE, UFRJ, 2000.
- SOARES, Flávia & DIEHL, Nelson. *Consumo Ético e Responsável*. Texte préliminaire utilisé pour le débat de l'Atelier Consommation Ethique de l'Alliance pour un monde Responsable et Solidaire, décembre 2000.
- SOARES, Flávia & DIEHL, Nelson. *Relatório de la Oficina de Consumo Ético*, Forum Social Mondial - Porto Alegre/RS/Brasil, janvier 2001.
- Contributions des participants (Assane Ba, Marcos Arruda, Mathieu Houinato, Pierre Johnson, Rita Afonso, Samanta Barua, Véronique Gallais, Youssoupha Gueye) du Forum électronique sur la Consommation Ethique réalisé sur Internet (<http://consumption.socioeco.org>) de février à mai 2001.
- Contributions des participants (Claire Sabourin, Daniel Cara, Euclides Mance, Flávia Soares, Glaci Alves, Helga Heck, Juan Silva, Laura Fontanillas, Leonardo Guimarães, Marc Ferrez, Marcos Arruda, Miriam Langenbach, Nelson Diehl, Rita Afonso, Robson Patrocínio, Samanta Barua, Simone Saraiva, Stefan Larenas, Véronique Gallais, Youssoupha Gueye) à la Rencontre sur la Consommation Ethique - Rio de Janeiro/RJ/Brésil, avril 2001.
- Contributions des participants à la Rencontre de Findhorn (juin 2001).
- Gyatso, Tenzin - *Uma Ética Para o Novo Milénio*. - Ed. Sextante, 2000.

Questionnaire

Nous serions très heureux de recevoir votre avis sur les propositions contenues dans ce cahier. Afin de faciliter cette tâche, voici quelques questions auxquelles nous espérons que vous prendrez le temps de répondre. Vos évaluations et commentaires nous seront précieux pour la continuation du travail collectif. Nous espérons que la lecture du cahier vous inspirera et vous amènera à lire d'autres Cahiers de Propositions du Pôle Socio-Economie Solidaire et de l'Alliance (Voir <http://www.alliance21.org/fr/proposals>).

Nous vous invitons également à indiquer quelles sont, pour vous, les propositions les plus décisives et prioritaires pour construire des alternatives au modèle actuel de la globalisation, et à suggérer des projets de mise en application pratique de ces propositions.

Le cahier de propositions:

- Que pensez-vous du cahier en général ?

.....
.....
.....

- Du diagnostic ?

.....
.....
.....

- Des propositions ?

.....
.....
.....

Les propositions

- Quelles sont les propositions avec lesquelles vous êtes d'accord ?
Pourquoi?

Numéros :

.....
.....
.....
.....
.....

- Quelles sont les propositions les plus utiles pour votre action quotidienne? De quelle manière (inspiration pour l'action, pour le lobbying, l'échange d'expériences ...)?

.....

.....

.....

- Quelles sont les propositions avec lesquelles vous n'êtes pas d'accord ? Pourquoi ?

.....

.....

.....

Le futur

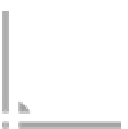
- Quelles suggestions feriez-vous pour la poursuite de ce chantier ?

.....

.....

.....

Ce questionnaire est à renvoyer à Françoise Wautiez, psés-sp@alliance21.org



L'Alliance pour un monde responsable pluriel et solidaire

Agir collectivement pour contribuer à des transformations répondant aux défis du XXI^{ème} siècle.

Depuis la fin des années 1980, de nombreuses initiatives dans différentes régions du monde, issues des milieux les plus variés, contribuent à la mise en mouvement de divers acteurs sociaux afin d'organiser un vaste processus mondial, susceptible de participer à la recherche de valeurs, de propositions et de règles pour surmonter les nouveaux défis auxquels fait face l'humanité.

Au début des années 90, de nombreuses rencontres continentales, thématiques et collégiales sont organisées. Ce processus aboutit en 1993 à la rédaction de la *Plate-forme pour un monde responsable et solidaire*.

Des groupes régionaux se mettent en place, des réseaux professionnels et thématiques internationaux sur les grandes questions de notre temps se développent, l'Alliance est lancée. Elle reçoit, entre autres, l'appui financier et technique de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme (FPH).

Il s'agit d'inventer de nouvelles formes d'action collective, allant de l'échelle locale jusqu'au niveau mondial, afin de peser ensemble sur l'avenir d'un monde de plus en plus complexe et interdépendant.

Le défi de l'Alliance est de favoriser l'unité dans la diversité, en proclamant la capacité de nos sociétés à comprendre et valoriser la complexité des situations, l'interdépendance des problèmes, la diversité et la légitimité des points de vue géoculturels, sociaux et professionnels.

L'Alliance, espace d'échanges, de réflexions et de propositions, se structure autour de 3 axes principaux d'organisation :

Les groupes locaux visent à réunir des personnes d'une commune, d'une région, d'un pays, d'un continent, à partir des réalités et des enjeux de leur société. C'est la **voie géo-culturelle**. Elle reflète la diversité des lieux et des cultures.

Les groupes d'acteurs socio-professionnels veulent susciter le dialogue et la mobilisation dans une profession, un milieu donné (jeunes, paysans, scientifiques, élus locaux ...). C'est la **voie collégiale**. Elle reflète la diversité des milieux sociaux et professionnels, leurs préoccupations et responsabilités face à la société et aux défis du monde actuel.

Les chantiers thématiques cherchent à former des groupes de réflexion sur les grandes questions qui concernent notre avenir commun (gestion durable de l'eau, intégration régionale et mondialisation, marchés financiers, art et

société...). C'est la **voie thématique**. Elle reflète la diversité des défis auxquels l'Humanité est confrontée pour le XXIème siècle. Les chantiers thématiques sont regroupés en quatre pôles : Valeurs et Culture, Economie et Société, Gouvernance et Citoyenneté, Humanité et Biosphère.

Cherchant à tirer parti de la richesse et des expériences accumulées par ces groupes de réflexion tout en s'articulant à des dynamiques citoyennes convergentes, l'Alliance s'est donnée comme objectif d'aboutir à des propositions concrètes, collectivement élaborées. C'est ainsi qu'ont été organisées :

- **des rencontres internationales**, au sein de chaque chantier thématique et de chaque collège,
- **des Assemblées continentales simultanées** (Afrique, Amériques, Asie, Europe) et une rencontre régionale dans le monde arabe (au Liban) en juin 2001.
- une **Assemblée mondiale de Citoyens** qui s'est tenue en décembre 2001 à Lille- France, réunissant plus de 400 participants du monde entier.

L'ensemble de ces rencontres ont permis l'élaboration d'une soixantaine de *cahiers de propositions pour le XXIème siècle* et d'une *Charte des responsabilités humaines*, édités en plusieurs langues et dans différents pays.

Depuis le début de l'année 2002, l'Alliance s'engage dans un processus de diffusion et de valorisation de ces résultats. Les réseaux s'élargissent, se diversifient et leurs thèmes de travail deviennent de plus en plus transversaux. Par ailleurs, ils renforcent des liens avec les autres démarches visant à une autre mondialisation.

Pour plus d'informations, nous vous invitons à consulter le **site de l'Alliance** www.alliance21.org qui présente en trois langues (français, anglais et espagnol) l'histoire de l'Alliance, les défis auxquels elle répond, les chantiers et les forums de discussion qu'elle accueille.

Courriel : info@alliance21.org

Les cahiers de propositions sur internet

Tous les cahiers de propositions, qu'ils soient sous forme provisoire ou définitives, et dans toutes leurs traductions, sont disponibles sur le site internet de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire, à l'adresse :

<http://www.alliance21.org/fr/proposals>

Thèmes disponibles :

Valeurs, éducation, cultures, art et science

Education et enseignants - L'éducation à une citoyenneté active et responsable - L'Alliance et les médias - L'Art et l'Identité Culturelle dans la construction d'un monde solidaire - Femmes - Actions et propositions de jeunes pour un changement social - Une diversité culturelle interculturelle à l'ère de la globalisation - Propositions du collège interreligieux - Guerres, génocides, ...face aux situations extrêmes, restaurer l'humanité dans l'humain - Penser la réforme de l'Université - Maîtrise sociale du système de production scientifique - Société de l'information, société de la connaissance : la nécessaire maîtrise sociale d'une mutation - Temps et développement soutenable

Economie et société

Les transformations du monde du travail - Le mouvement syndical à l'aube du 21ème siècle - Exclusion et précarité - Entreprises et solidarité - L'exercice des responsabilités de l'entreprise - L'entreprise responsable - Production, technologie et investissement - Consommation éthique - Politique fiscale, impôt, répartition du revenu national et sécurité sociale - Finance solidaire - Sortir du dédale de la financiarisation : pour une finance au service du Bien Commun - La monnaie sociale : levier du nouveau paradigme économique - Dette et ajustement - Commerce équitable - De l'échec de l'OMC à Seattle ... aux conditions d'une gouvernance globale - Souveraineté alimentaire et négociations commerciales internationales - Le développement intégralement durable, une alternative à la globalisation néo-libérale - Politiques économiques, idéologie et dimension géo-culturelle - Femmes et économie - Economie solidaire - La santé et ses enjeux au 21ème siècle - Les défis de la pêche artisanale au 21ème siècle - L'agriculture et le développement durable - Le droit des peuples à se nourrir et à réaliser leur souveraineté alimentaire - Sécurité Alimentaire

Gouvernance et citoyenneté

Les principes de la gouvernance au 21ème siècle - Le territoire, lieu des relations : vers une communauté de liens et de partage - Penser la ville de demain : la parole des habitants - Violences urbaines - Les paysans face aux défis du 21ème siècle - Les leaders sociaux au 21ème siècle : défis et propositions - Autorités locales ou animation locale - Etat et développement - Alimentation, nutrition et politiques publiques - De la conversion des industries d'armement à la recherche de la sécurité - Les militaires et la construction de la paix - Refonder la gouvernance mondiale pour répondre aux défis du 21ème siècle

Relations entre l'humanité et la biosphère

Education à l'environnement : 6 propositions pour agir en citoyens -
Propositions relatives à la question de l'eau - Sauver nos Sols pour
Sauvegarder nos Sociétés - Forêts du Monde - Efficacité énergétique - Ecologie
industrielle : programme pour l'évolution à long terme du système industriel -
Société civile et OGM : quelles stratégies internationales ? - Refuser la
privatisation du vivant et proposer des alternatives

Les éditeurs partenaires

Edition en espagnol au Pérou : Centro Bartolomé de las Casas (Cusco)

Renaud BUREAU du COLOMBIER et Camilo TORRES
E-mail: ccamp@apu.cbc.org.pe

Centro Bartolomé de las Casas
Pampa de la Alianza 465
Cusco - Pérou

Tel +51 84 236494
+51 84 232544
Fax +51 84 238255

Edition en portugais au Brésil : Instituto Pólis (São Paulo)

Hamilton FARIA
E-mail: hfarria@polis.org.br
<http://www.polis.org.br>

Instituto Pólis
Rua Araújo, 124 - Centro
São Paulo - Sp - Brésil
CEP 01220-020

Tel: + 55 11 3258-6121
Fax: +55 11 3258-3260

Edition en arabe au Liban : Centre Culturel du Liban Sud (Beyrouth)

Ziad MAJED
E-mail: zmajed@hotmail.com

Tel: + 961 1 815 519
Fax: + 961 1 703 630

**Edition en anglais en Inde :
Pipal Tree (Bangalore)**

E-mail: pipaltree@vsnl.com
<http://www.allasiapac.org>

Pipal Tree
139/7 Domlur Layout,
Bangalore 560071 - India

Tel : +91 80 556 44 36
Fax : +91 80 555 10 86

**Edition en chinois :
Yanjing group (Beijing)**

GE Oliver (Haibin)
E-mail: ollie@mail.263.net.cn

Room 521, Goldenland Bldg.
#32 Liangmahe Road, Chaoyang District
Beijing, P.R. China
Postal Code 100016

Fax: +86 10 64643417