

Nom :

Prénom :

Classe :

Date :

Doc. 1

Et si on consommait moins ? La question peut paraître saugrenue alors que la consommation est l'un des poumons de la croissance économique. Pourtant, l'idée fait son chemin. Ce mois-ci, *Que Choisir* ouvre le dossier de ce que certains appellent l'« économie du partage ». Donner, louer, troquer... Crise oblige, de plus en plus de personnes optent pour un nouveau modèle de consommation. Vêtements, aliments, objets et petits services : tout s'échange sans obligatoirement passer par l'acte d'achat. De quoi sérieusement ébranler la société de consommation telle que nous la vivons depuis une cinquantaine d'années. Ou de la repenser différemment. Est-il utopique d'imaginer un système où la finalité de la consommation ne serait plus l'acquisition d'un produit pour lui-même mais pour son utilité ? Il s'agirait alors de passer d'une économie de la quantité à une économie de la qualité où la priorité serait de satisfaire utilement les besoins des gens. C'est l'idée que défend l'économiste Philippe Moati, professeur à Paris-Diderot. Pour lui, les tensions sur le pouvoir d'achat ouvrent l'opportunité de la mise en place d'un modèle de consommation appelant un régime de croissance différent, davantage centré sur l'optimisation de la dépense, la qualité, la consommation « utile », la réduction des gaspillages et le respect des contraintes environnementales. Une économie où la durée de vie du produit et sa « réparabilité » prendraient toute leur place. Aujourd'hui, le commerce se transforme : la consommation de masse s'essouffle, la fréquentation des centres commerciaux est en baisse, le développement d'Internet accélère cette mutation. « Le commerce opère un retournement fondamental, écrit Philippe Moati (1). Il passe d'une orientation/produit à une orientation/client. Alors qu'il fonctionnait selon une logique descendante, consistant à acheminer les produits des usines jusqu'aux consommateurs, il s'oriente désormais vers un mode de fonctionnement ascendant visant l'apport de solutions pertinentes aux problèmes de consommation des clients. » Remettre le consommateur au centre des préoccupations donnerait un sens nouveau à la vie économique.

(1) Philippe Moati, *La nouvelle révolution commerciale*, 2011, Éditions Odile Jacob, 27,90 €.

Éditorial du 20 février 2012 de Jean-Paul Geai, rédacteur en chef
www.quechoisir.org

► **Analyser** (11 points)

- 1** Décrivez et illustrez en quoi consiste ce nouveau modèle de consommation. (4 points)

- 2 Énoncez les raisons qui militent en faveur de cette évolution probable. (3 points)

- 3** Jusqu'alors, quels étaient les déterminants de la consommation et comment évoluent-ils ?
(4 points)

➤ **Argumenter** (9 points)

- 4** Dans un paragraphe construit de 15 à 20 lignes, répondez à la question suivante : doit-on substituer à la consommation de masse une consommation plus responsable ?