



## Fanny Parise, anthropologue : "La consommation responsable est un alibi de l'hyperconsommation"

Publié le 26 juin 2022

SOCIAL

Ils portent des baskets écoresponsables, mangent des œufs "qui ne tuent pas la poule" et se déplacent en vélo électrique. Dans son dernier livre, l'anthropologue Fanny Parise épingle les apôtres de la consommation responsable, des "enfants gâtés" qui perpétuent un système hyperconsommériste. Loin de la sobriété vers laquelle ils pensent tendre, ces consommateurs se bercent d'illusion et sont empêchés par l'emprise des "nouveaux sauvages", de sortir de cette dynamique. Entretien.



Fanny Parise est anthropologue, spécialiste de l'évolution des modes de vie et de la consommation.

©Mélanie Bultez



## **Dans votre livre, vous étrillez la consommation responsable, vous la considérez comme un alibi pour poursuivre un système hyper-consumériste. Pourquoi ?**

La consommation responsable, c'est pouvoir concilier les enjeux sociaux et environnementaux avec nos envies de confort. Ce qui signifie qu'on veut continuer à consommer dans notre vie quotidienne mais en choisissant des produits ou des marques qui vont valoriser des valeurs progressistes en cohérence avec la transition environnementale. Mais les marques et les consommateurs de ces produits ne valorisent pas le consommer moins. Ils valorisent le consommer mieux, le consommer différemment. C'est une manière de moderniser l'hyperconsommation du siècle dernier, c'est un paravent.

## **Vous avez donné un surnom pour le moins surprenant aux consommateurs "responsables" : les "enfants gâtés" ?**

Les enfants gâtés sont les croyants du capitalisme responsable. Ils ont envie de se dire que la transition environnementale est possible et qu'elle passe par la consommation. Ils souhaitent donc une transition au prix du moindre effort, en misant sur un effort maîtrisé qui va être le fait de changer certaines pratiques quotidiennes. Ces influenceurs domestiques vont participer à diffuser de nouvelles normes de groupe liées à la consommation. Cela va leur permettre de se distinguer socialement mais aussi de se dédouaner : si on arrête de manger de la viande, on va continuer à prendre l'avion ou à acheter sa garde-robe sur Shein.

## **Mais ce nouveau récit dominant a des répercussions sur les classes populaires. Vous évoquez la notion de "racisme consumériste".**

On a effectivement l'impression que le racisme de classe est en train de disparaître. Mais c'est une illusion. Les logiques de classes sociales existent toujours et elles se cristallisent autour de l'engagement. Les classes populaires qui ne peuvent pas ou n'ont pas connaissance de ces nouvelles manières consuméristes ne vont pas être perçues comme des gens bien, des personnes qui "œuvrent dans le bon sens", c'est-à-dire vers une consommation responsable. Et ce sont les enfants gâtés qui implicitement ou non, diffusent cet idéal.

## **Les enfants gâtés répondent aux injonctions des "nouveaux sauvages", écrivez-vous. Qui sont-ils ?**

C'est une élite médiatico-créative qui va donner le ton, via des prises de position dans les médias, dans les stratégies d'innovation, dans les agences de pub et va diffuser en masse cette culture de la socio responsabilité. Leur but est de conserver leur place dans l'échiquier social, de faire partie de la culture dominante, qui est la "bonne" culture. Aujourd'hui, comme le moment de société est en train de changer, de plus en plus d'individus se rendent compte que la consommation n'est plus une fin en soi parce que ce n'est pas soutenable. Cette élite médiatico-créatrice s'adapte à l'air du temps pour continuer à avoir un discours qui est au cœur des enjeux d'aujourd'hui. Ils vont préempter cette sobriété comme un enjeu de distinction sociale pour continuer à exister et à imposer leur culture. On va limiter les désastres environnementaux mais la croissance augmente, donc on est coincé dans une illusion assez ambiguë pour les individus.

## **Vous dites vous-mêmes que vous êtes une enfant gâtée. Comment en sort-on ?**

Il faut arrêter de croire à ces récits pour aller vers d'autres voies. Le récit collectif dominant du moment nous amène à avoir un statu quo par rapport à la consommation et nous amène à réinventer l'existant pour que rien ne change vraiment. Il faut s'interroger pour construire d'autres imaginaires collectifs qui soient davantage en cohérence avec les enjeux et les objectifs de notre temps. Personnellement, je ne suis pas une croyante du capitalisme responsable. À partir du moment où on déconstruit ce mythe, c'est difficile d'y croire. C'est pour cela que j'axe désormais mes recherches sur les initiatives qui sont mises en place dans la société au sein de différents groupes qui construisent de nouveaux imaginaires. Ils sont aujourd'hui invisibles car le récit dominant est trop présent. À travers le temps et le monde, il y a d'autres formes de société qui ne sont pas basées sur l'hyperconsommation qui sont libres et qui fonctionnent.

Propos recueillis par Marina Fabre Soundron @fabre\_marina

\*Fanny Parise vient de publier deux livres : Les enfants gâtés, anthropologie du mythe du capitalisme responsable chez Payot et Le mythe de la consommation responsable : vers un nouvel âge d'or de la société d'hyperconsommation chez Marie B.