

Fanny Parise: «Il faut déculpabiliser car on aura toujours des contradictions»



La baisse de la consommation de viande des classes aisées, par choix idéologique, n'a rien à voir avec cette même pratique chez les précaires, par nécessité», souligne Fanny Parise. Stéphane AUDRAS/REA

FIGARO DEMAIN - L'anthropologue brocarde le capitalisme responsable, dont elle met en exergue les paradoxes.

Anthropologue, Fanny Parise, chercheur à l'université de Lausanne, a publié récemment deux livres sur la consommation responsable (1).

LE FIGARO. - Dans vos livres, vous soulignez les contradictions de la consommation responsable, qui pousse à l'hyperconsommation.

Fanny PARISE. - Dans l'esprit des gens, la consommation responsable équivaut à consommer moins mais mieux ; dans les faits, elle revient à un déplacement de pratiques de consommation vers des produits perçus comme plus naturels. Des actions ayant un crédit moral comme trier ses déchets ou ne pas prendre l'avion suffisent à déculpabiliser. C'est l'illusion de l'empreinte négative.

L'écoresponsabilité ne serait-elle donc qu'un mythe gangrené par l'imaginaire collectif véhiculé par ceux que vous appelez «les nouveaux sauvages»?

Les valeurs prônées par la consommation responsable ont été portées par la contre-culture hippie dans les années 1960-1970. Avec l'urgence climatique et la crise économique, elles se sont muées en une nouvelle injonction ; le capitalisme s'adapte aux valeurs dans l'air du temps. Dans une période de changements, une élite médiatico-créative, les «nouveaux sauvages», s'est réapproprié ces préoccupations et a imposé un imaginaire du «moins», préempté par les marques. Car en intégrant l'écoresponsabilité comme une nouvelle norme, cela sous-tend l'idée que la consommation peut perdurer sans changement et maintient un public captif, celui que j'appelle «les enfants gâtés», dans un statu quo et dans l'illusion qu'on va pouvoir



atteindre un mode de vie soutenable au prix du moins effort.

Vous affirmez que cela engendre un racisme culturel...

On a l'impression que les classes sociales disparaissent. Mais chacun vit son écoresponsabilité très différemment. Par exemple, le minimalisme qui en découle en Occident, consumériste, s'inscrit dans une esthétique qui ne répond pas aux mêmes codes que lorsqu'il est subi. De même, la baisse de la consommation de viande des classes aisées, par choix idéologique, n'a rien à voir avec cette même pratique chez les précaires, par nécessité.

Comment les jeunes, à la fois les plus sensibilisés à l'environnement et ayant une consommation très polluante, vont-ils, selon vous, répondre au nouveau mot d'ordre, la sobriété?

Les jeunes donnent une vision plus radicale de nos contradictions actuelles. Mais si la réglementation se durcit, ils seront sans doute moins réfractaires à s'adapter à un nouveau mode de vie que les générations précédentes, pour lesquelles la consommation de masse était un signe de progrès, un droit non négociable.

Comment concilier l'injonction paradoxale de sauver la planète tout en maintenant le pouvoir d'achat en période d'inflation galopante?

Bien sûr, cela va se complexifier car l'écoresponsabilité s'est construite sur des préoccupations mais pas forcément sur une urgence visible. Depuis quelques mois, la donne est en train de changer avec les signes concrets du dérèglement climatique, une crise énergétique et une inflation qui impactent la vie quotidienne des individus. Or la variable prix sera toujours la plus importante. Il va falloir trouver d'autres façons de s'approvisionner, permettant d'avoir un impact limité sur la planète tout en conservant un minimum de pouvoir d'achat. Certaines marques seront peut-être moins désirables, car perçues comme trop chères ou trop déconnectées de certaines valeurs. Il risque donc d'y avoir une fracture sociale encore plus importante: pour certains, pris en étau entre toutes ces contraintes, les préoccupations environnementales ne seront même plus un sujet.

L'éco-anxiété vous préoccupe-t-elle?

Elle ne peut qu'aller en s'accroissant car c'est la partie immergée de l'iceberg, le signe de la peur d'un mode de vie bouleversé par toutes ces crises qui nous frappent de plein fouet et le fait de devoir réapprendre à vivre dans une société du risque et de l'incertain, alors que notre société occidentale était assez protectrice. Or on nous propose deux imaginaires: soit la décroissance, l'effondrisme et la collapsologie, souvent perçus comme un retour en arrière et difficilement intégrables à l'échelle d'une société ; soit une approche réformiste du système avec le techno-solutionnisme. Au milieu, il n'y a pas de troisième voix désirable et c'est dur de se projeter dans ce monde angoissant.

Comment ne plus être un «enfant gâté»?

En questionnant nos choix de vie, pour savoir si un achat ou une pratique sont cohérents avec nos valeurs ou relèvent de l'imaginaire. Il faut aussi surtout se déculpabiliser car on aura toujours des paradoxes, on sera toujours ambivalent: le tout c'est de le savoir. Je suis très optimiste car l'être humain s'adapte toujours mais je m'interroge sur la capacité de notre société à se réinventer suffisamment vite pour être soutenable. Je suis curieuse de voir quelle voie nous allons prendre, car de nombreux bouleversements nous attendent.

Payot

(1) *Les Enfants gâtés. Anthropologie du mythe du capitalisme responsable*, Payot.

Visuel indisponible

Editions Marie B

Le Mythe de la consommation responsable. Vers un nouvel âge d'or de la société d'hyper-consommation, Éditions Marie B. (2022).