



COMPRENDRE LE THEME DE L'EDITION 2020 DE LA JOURNEE MONDIALE DES DROITS DES CONSOMMATEURS : LE « CONSOMMATEUR DURABLE ».

Commentaire article publié le 10/03/2020, vu 2376 fois, Auteur : [Pr KAMWE MOUAFFO-KENGNE](#)

L'environnement est au service de tous les consommateurs. Son entretien doit être l'office de tous les consommateurs. C'est tout le sens du thème de la Journée mondiale du consommateur pour l'édition 2020.

Le consommateur peut sauver l'environnement. Ceci est la quintessence du thème de la Journée mondiale des droits des consommateurs pour l'édition 2020. Ce thème vient impliquer les consommateurs et leurs associations dans l'atteinte des objectifs du développement durable (ODD). En effet, le commun des consommateurs affecte l'environnement de différentes manières, mais le consommateur durable peut être le sauveur de la planète bleue. Le réchauffement est aujourd'hui effectivement planétaire et la biodiversité s'appauvrit de manière indiscutable désormais.

Comment le consommateur affecte-t-il la planète ? L'acte de consommation est situé en fin de chaîne de la production. Ainsi, depuis la production, la commercialisation jusqu'à la consommation, à laquelle on doit désormais ajouter l'élimination des déchets de consommation, chacune de ces étapes comporte divers facteurs d'une consommation pernicieuse pour l'environnement.

La production industrielle ou non des produits et services oblige à recourir à des matières premières dont certaines sont désormais en voie de disparition. Ainsi, les énergies dites fossiles ont démontrées leurs limites quantitatives, l'emploi des emballages synthétiques tout comme certains procédés de conservation ont démontré leur potentiel de dangerosité pour la planète. Les choix du consommateur ont inspiré toutes sortes d'inventions afin de répondre à une demande de plus en plus sophistiquée. C'est ce qui c'est passé lorsque le consommateur a commencé à préférer la tomate en boîte à la tomate en fruit.

La commercialisation intensive ou non appelle des modes de conditionnement et d'exposition contextualisés et de plus en plus solides afin de minimiser leur coût. Le recours au « petit marché » a cédé le pas aux supermarchés et aux hypermarchés, où on assiste à un afflux croissant de consommateurs tous les jours. Ces porte-étendards de la société de consommation sont en même temps la vitrine d'une consommation compulsive dans laquelle même les consommateurs des pays pauvres et très endettés sont désormais entraînés. Les plus grandes exigences de ce type de commerce sont le transport, le conditionnement et la conservation. Ainsi,

pour répondre aux besoins d'un consommateur qui accepte voire préfère la tomate en boîte, le producteur est amené à réfléchir le conditionnement final et la conservation de longue durée de la tomate industrielle.

La commercialisation intensive ou non appelle le conditionnement et l'emballage du produit. On recourt pour répondre à ces deux contraintes à des intrants de fabrication dont la nocivité pour l'environnement est avérée. Ainsi, les boîtes de conserve en émail, cristal, aluminium et/ou en fer, comme les emballages en plastique sont finissent en tas de gros encombres environnementaux qui, pour certains, commencent à affecter l'héritage foncier dû aux générations futures. Or, si la tomate est consommée en fruit, directement acheté au cultivateur ou dans nos « petits marchés », le problème de déchets non biodégradables, particulièrement les déchets résultant du conditionnement ou des emballages, ne se posera pas. Désormais, nous devons réfléchir sur l'élimination de la boîte de conditionnement de la tomate industrielle que le consommateur a choisi d'acheter. Ainsi, le problème de l'élimination des déchets des produits de grande consommation se pose comme une véritable montagne difficile à gravir sans une véritable révolution comportementale. Où vont donc nos anciens téléphones et ordinateurs, nos vieux chargeurs et câbles, nos vieilles chaises en plastique devenues inutilisables ? Le déchet de l'homme l'envahit, et fait des victimes dans le règne animal et végétal, sur le sol et le sous-sol. Ces problématiques doivent s'imposer à l'esprit de chaque consommateur. Car, en réalité, tout cela a été inventé, fabriqué et commercialisé dans ces conditions, pour répondre à ses envies qu'il n'a de cesse de confondre avec ses besoins. Le consommateur qui s'interroge sur sa consommation, sur le devenir de chacune de ses actions de consommation deviendra « un consommateur durable ».

Le thème du « consommateur durable » en cette année 2020 s'imposait. Les Nations Unies ont défini les 17 objectifs du développement durable (ODD), la plupart des parties prenantes s'en sont saisies, restaient les consommateurs. Or, une lecture rapide du document onusien renseigne que le consommateur est au centre de ces ODD, soit comme acteur, soit comme bénéficiaire. En rappel, « *le développement durable est un ensemble de décisions qui améliore les conditions de vie du présent sans mettre en danger les ressources pour les générations futures* ». A l'occasion du 15 mars prochain, Journée Mondiale des consommateurs de l'édition 2020, l'association anglaise *Consumers international* appelle la communauté internationale à orienter toutes les réflexions et actions autour du thème du « Consommateur durable ». Il s'agit du consommateur qui se satisfait aujourd'hui en pensant aux générations futures, à travers des choix de consommation qui n'affectent pas du tout ou très peu l'environnement. En réalité, de nombreux maux liés à certains modes de consommation affectent déjà le consommateur contemporain : c'est le cas notamment de la pénurie d'eau, des mauvaises récoltes dues à une faible pluviosité inattendue ou même de cette chaleur qui s'impose désormais même dans les villes camerounaises autrefois prisées pour leur climat plutôt tempéré, tandis que les villes autrefois chaudes deviennent brûlantes...

La réflexion commence par une prise de conscience prépondérante inspirée de la vérité suivante : moi, consommateur, chacun de mes choix affecte toujours mon environnement. Cette vérité entraîne l'interrogation volontariste suivante: Que faire pour que ma consommation affecte positivement mon environnement ? Ainsi, en face de la responsabilité sociétale des entreprises, la question de la responsabilité sociétale des consommateurs doit être courageusement posée. Certes, on ne s'adresse à ces acteurs économiques qu'en termes de droits, mais voici que désormais la question de la consommation durable interpelle ses devoirs, voire ses obligations, la cause environnementale étant désormais à la fois sensible et universelle. On note que de nombreux pays ont rendu obligatoire le tri des déchets ménagers, tandis que d'autres ont réussi leur combat contre l'emballage non biodégradable.

L'action à mener découle directement des choix de consommation, même si l'Etat du Cameroun

peut développer une action spécifique. Comme la plupart des actes de consommation, le comportement du consommateur durable est caractérisé par une somme d'infimes actes quotidiens qui n'auront, par exemple dans le contexte du Cameroun, qu'un résultat mitigé s'ils restent isolés. Ainsi, si un seul ou deux consommateurs reviennent à la tomate en fruit, la tomate en boîte ne pourrait disparaître de nos marchés. Ce choix est pourtant à même de condamner à la faillite tout un investissement industriel et commercial. L'action sera donc collective ou ne sera pas, d'où une interpellation en direction des associations de consommateurs pour une action de sensibilisation des masses. Ainsi, dans une maison, si des appareils comme la télévision demeurent en permanence sous tension, si une seule personne éteint la lumière en sortant d'une pièce tandis que l'éclairage reste de mise dans d'autres espaces que personne n'occupe, si deux ou trois robinets sont effectivement fermés tandis que d'autres continuent de couler goutte après goutte, si l'emballage en plastique non biodégradable continue d'être préféré par les consommateurs des supermarchés pendant que la ménagère du « petit marché » réutilise son sac banco etc., ces actions isolées du consommateur durable n'auront aucun impact. Le premier citoyen-consommateur qui vient nuitamment créer un dépotoir au coin d'une rue porte une lourde responsabilité car de son fait tous les déchets pourrissables et non pourrissables trouveront un refuge dans une zone habitée. Cependant, les trieurs de bouteilles, de ferrailles, souvent méprisés, viennent ainsi comme des écologistes de la onzième heure procéder à ce tri que le consommateur aura manifestement omis. Ils ont par ailleurs initié des activités de recyclage dont l'impact est encore difficile à évaluer du fait d'une activité encore informelle.

Le rôle de l'Etat dans ce changement de comportement peut devenir capital s'il en fait une campagne de politique nationale. N'a-t-on pas amené les Camerounais à poser un regard nouveau sur les moustiquaires ? Déjà, une réflexion poussée autour du thème du consommateur durable devrait inciter le Cameroun à réactiver le principe de participation contenue dans la loi n° 96/12 du 5 août 1996 portant loi-cadre relative à la gestion de l'environnement, notamment en vue de rappeler ceci aux consommateurs : « *chaque citoyen a le devoir de veiller à la sauvegarde de l'environnement et de contribuer à la protection de celui-ci* ». Il s'agit-là d'une loi de la République qui nous contraint tous, et encore plus dans notre statut de consommateur. Ce texte devrait faire un retour en force à l'occasion d'une journée mondiale placée sous la bannière du consommateur durable.

L'environnement est au service de tous les consommateurs. Son entretien doit être l'office de tous les consommateurs.

Pr KAMWE MOUAFFO MARIE-COLETTE épouse KENGNE

Diplômée en concurrence et consommation.

Maitre de conférences, Université de N'gaoundéré