

5 Avant-propos (E. Zaccai)

11

Évolutions de la consommation dans un contexte de dégradation de l'environnement

Un essor sans précédent de la consommation

- 13 La consommation : une image originelle négative (B. Heilbrunn)
- 14 Les quatre éléments constitutifs de la société de consommation (D. Desjeux)
- 15 Répartition des dépenses de consommation des ménages français en 2007 (Eurostat)
- 17 Montée significative de la consommation dans les pays émergents malgré la pauvreté (PNUE)

Des impacts écologiques préoccupants

- 20 Des défis environnementaux à relever d'urgence (OCDE)
- 22 Les effets de la consommation européenne sur les autres régions du monde (AEE)
- 23 La nécessité de réduire fortement les émissions de CO₂ (J.-M. Jancovici)

29

Approches conceptuelles et critiques

Croissance et écologie : des impératifs contradictoires ?

- 31 Le paradigme dominant : la modernisation écologique (M. Jänicke)
- 35 Les écotecnologies : un impératif (N. Myers et J. Kent)
- 38 Un décryptage précoce de la dynamique de la croissance et de la fonction du gaspillage (J. Baudrillard)
- 41 Questionner la croissance et les modes de consommation des catégories privilégiées (H. Kempf)
- 43 Pour une société de décroissance (S. Latouche)
- 46 Un moralisme contre-productif face aux enjeux de la pauvreté (D. Miller)

Quel rôle peuvent jouer les consommateurs ?

- 49 L'émergence d'une « consommation politique » (D. Desjeux)
- 50 Une hausse des choix à justification éthique (F. Delpal et G. Hatchuel)
- 52 Consommer mieux ou consommer moins ? (TNS media intelligence TM)
- 52 Les pratiques écologiques déclarées par les Français (A. Roy)
- 56 Tenir compte des différences sociales dans la promotion des économies d'énergie (G. Wallenborn et J. Dozzi)
- 58 Travailler l'implication des consommateurs (S. Martens et G. Spaargaren)

Les leviers de mise en œuvre d'une consommation durable

Applications sectorielles

- 65 L'alimentation durable passe par la maîtrise de la chaîne alimentaire (C. Rémésy)
- 67 Qui mange bio ? (C. Lamine)
- 68 Logement durable : il n'est pas facile d'« essayer les plâtres » (C. Felzines)
- 70 Transports : le nombre de kilomètres parcourus par les particuliers augmente (IFEN)
- 71 Pour réduire la pollution, agissons d'abord sur le parc automobile (J.-P. Orfeuill)
- 75 Principes d'un tourisme durable (J.-M. Decroly)
- 75 Fin de la mobilité compulsive : une rupture culturelle ? (G. Dubois)

Stratégies d'entreprise

- 78 L'« économie de fonctionnalité » au service du développement durable (D. Bourg et N. Buclet)
- 81 Entreprises, marketing vert et consommateurs (R. Deveau)
- 83 Informer par des éco-labels (Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire)
- 84 La publicité peut-elle devenir éco-compatible ? (D. Masson)
- 86 Les annonceurs publicitaires s'auto-disciplinent (L. Girard)
- 87 Quelques exemples d'autorégulation des messages publicitaires (Autorité de régulation professionnelle de la publicité)

Jalons politiques

Des stratégies internationales

- 91 Modes de production et de consommation durables : le cadre onusien (PNUE)
- 93 Les lignes directrices de l'OCDE pour promouvoir la consommation durable (OCDE)
- 97 Politiques de l'Union européenne en faveur de la production et de la consommation durables (Commission européenne)

Les orientations récentes de la politique nationale

- 99 Grenelle de l'Environnement : les propositions du groupe 6 (Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire)
- 102 Quelques mesures clés en faveur de la production et consommation durables dans le projet de loi « Grenelle 1 » (Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire)
- 104 Le recours à des instruments économiques reste primordial pour un développement durable (O. Godard)
- 106 Octobre 2008 : la loi « Grenelle 1 » est votée (L. Caramel)

107 Glossaire

109 Bibliographie complémentaire

110 Rappel des références