



Quel accompagnement au changement pour des modes de vie et de consommation durables ?

MOVIDA

Premier appel à propositions de recherche

Date de publication de l'appel :
le 9 mai 2011

Date limite de réception des projets :
le 5 juillet 2011

Contact :

Marie Cugny-Seguin (MEDDTL, chargé de mission)
marie.cugny-seguin@developpement-durable.gouv.fr – 01.40.81.33.44

1. Cadre général du programme

Les objectifs fondamentaux de la recherche au ministère de l'Ecologie, du Développement durable , des Transports et du Logement (MEDDTL) mettent l'accent sur :

- 1) **Le développement des connaissances ;**
- 2) **L'appui aux politiques publiques** au travers de réponses à des demandes concrètes formulées par des acteurs publics ou de recommandations. Les recherches comparatives et expérimentales sont acceptées si elles sont généralisables et transférables vers les politiques publiques ;
- 3) **Le transfert des résultats vers les porteurs de politiques publiques ;**
- 4) **L'interdisciplinarité et la qualité de l'articulation entre les contributions disciplinaires.**

2. Le programme de recherche MOVIDA

Movida est un programme de recherche du MEDDTL lancé en 2010 centré sur le thème de l'accompagnement au changement vers des modes de vie et de consommation durables. Le présent appel à propositions de recherche est le premier pour ce programme.

Dès 1974, Jean Baudrillard dans la Société de consommation fait le constat que *"les progrès de l'abondance, c'est-à-dire de la disposition de biens et d'équipements individuels et collectifs toujours plus nombreux, ont pour contrepartie des nuisances toujours plus graves ..."* L'impact de la consommation sur l'environnement augmente chaque jour à cause de la diminution constante de la durée de vie des biens consommés qui les rend rapidement obsolètes et entraîne leur remplacement immédiat. La part croissante de la population mondiale qui aspire à rejoindre ce modèle de société (ou qui la rejoint de fait) constitue un second facteur aggravant.

Dans l'agenda politique, la consommation des ménages a été identifiée, depuis le Sommet de la Terre de Rio en 1992, comme un enjeu majeur pour réduire les impacts des activités humaines sur l'environnement. L'évolution des modes de vie et des modes de consommation vers une plus grande durabilité fait partie des objectifs clairement affichés de la nouvelle stratégie nationale du développement durable 2010-2013, adoptée le 27 juillet 2010 par le comité interministériel du développement durable, et dans les lois « Grenelle ».

Vivre au quotidien selon les principes du développement durable suppose d'agir sur la production, afin de disposer de produits et de services plus rationnels du point de vue environnemental et socialement plus responsables sur l'ensemble de leur cycle de vie, mais aussi d'infléchir les modes de consommation, les comportements et les modes de vie. Pourtant, cette remise en cause de nos modèles paraît difficile tant nos modes de vie et de consommation font partie de nos identités sociales et culturelles et conditionnent notre système économique. Il faut donc envisager de mettre en œuvre un ensemble cohérent de mesures d'accompagnement du consommateur si on veut concrétiser l'évolution des pratiques. C'est l'objet même de ce programme qui porte sur les grandes questions suivantes :

- Quelle perception le consommateur a-t-il des systèmes dans lequel il est inséré ?
- Quel peut être le rôle de l'éducation, l'information et la sensibilisation dans le changement de comportement du consommateur, afin notamment de rendre plus efficaces les campagnes de sensibilisation et d'information ? Comment le consommateur se forge-t-il une opinion et un esprit critique et comment ceux-ci évoluent-ils ?
- Comment faire évoluer les modèles de consommation et l'exigence de confort en vue de réduire sensiblement les quantités de matière et d'énergie consommées et de limiter les impacts sur l'environnement, sans provoquer un sentiment de perte du bien-être et en assurant une réelle adhésion du consommateur ?
- Y a-t-il un modèle économique associé au « mieux consommer » ?
- Comment accompagner le consommateur dans le changement ? Quels sont les principaux freins et les leviers les plus efficaces ?

Le programme peut soutenir des démarches expérimentales visant à éprouver les méthodes et analyses sur des cas concrets susceptibles d'apporter des enseignements opératoires. Les recherches produites doivent s'inscrire dans une visée d'utilisation directe ou indirecte des résultats par les utilisateurs finaux. La valorisation des résultats (scientifiques et à usage des gestionnaires, décideurs ou acteurs de la société civile) a donc une importance toute particulière.

Le premier appel à propositions de recherche est ciblé sur deux grandes questions :

1. Quelles relations y a-t-il entre bien-être, grandes fonctions existentielles (se loger, se nourrir, se vêtir, se déplacer, être reconnu, etc.) et consommation ? Quels sont les composants et les ressorts de la consommation ?
2. Quels sont les changements de comportements en cours ? Quels accompagnements institutionnels envisager ?

3. L'appel à propositions de recherche

Les problèmes d'environnement auxquels nous sommes désormais confrontés ne relèvent plus essentiellement de pollutions ou de nuisances, même si celles-ci n'ont évidemment pas disparu. Nos difficultés sont principalement de deux ordres : d'une part l'épuisement relatif ou absolu des ressources sous-jacentes à nos activités économiques (ressources fossiles, minérales et biotiques, à quoi s'ajoutent les tensions sur l'eau douce) ; d'autre part la contradiction entre le développement de ces mêmes activités et les limites ou seuils afférents aux grands mécanismes régulateurs de la biosphère en matière de climat et de cycle du carbone, d'accélération du rythme d'érosion de la biodiversité, de cycle de l'azote, d'acidification des océans, de cycle de l'eau, etc. Or, si les problèmes de pollution sont en principe technologiquement solubles, ou au moins réductibles, tel n'est plus le cas lorsque ce sont les flux en tant que tels, flux d'énergie et de matières, qui sont en cause. Pour répondre à des pollutions diverses, il convient en effet de produire autrement. Face à ce nouvel état de choses, en revanche, la difficulté n'est plus de produire mieux, via des investissements supplémentaires, mais de produire moins, et partant de consommer moins. La question ne relève plus tant de la qualité, du choix de telle molécule ou de tel procédé technique, que de la quantité.

On a cru cependant qu'il était possible de résoudre par la technologie ce défi quantitatif. Cette croyance restait compatible avec le découplage entre la production de richesses mesurée par le PIB et la consommation de ressources afférentes. En somme, le fait de parier sur les technologies et leur aptitude à produire plus avec moins, a permis d'éviter de s'interroger sur l'enjeu de la consommation.

Or, cette perspective apparaît de plus en plus irréaliste. Donnons deux exemples, le premier énergétique, le second matériel. Alors que la quantité d'énergie nécessaire à la production d'un point de PIB a été réduite de 30 % à l'échelle mondiale depuis 1970, nos émissions de dioxyde de carbone ont néanmoins cru dans la même période de 80 %.¹ Si le rythme d'augmentation de la production mondiale d'acier que nous avons connu de 1998 à 2008 devait se poursuivre, nous épuiserions les réserves exploitées et estimées de fer dans moins de cinq décennies. Un taux de recyclage important ne ferait que différer cette échéance. Seul un taux de croissance de la production mondiale d'acier inférieur à 1 %, voire avoisinant 0,5 %, permettrait d'éloigner sensiblement la menace de pénurie.²

Il faut donc se rendre à l'évidence : la question ne relève plus seulement de la qualité (l'innovation technologique qui permet de produire plus avec moins) mais aussi de la quantité. Ces seuils de dangerosité ne seraient pas atteints si les émissions de gaz à effet de serre, le recours aux engrais ou les quantités d'eau utilisés etc. diminuaient, . Il va donc nous falloir jouer de conserve sur les deux plans, qualitatif et quantitatif.

Que le progrès technologique ne débouche pas par lui-même sur une dématérialisation absolue est aisément compréhensible. Il permet en effet, pour l'essentiel, soit de mettre sur le marché des biens et services nouveaux, soit d'abaisser le coût d'accès au marché de biens et services existants. Dans les

¹ T. Jackson, *Prosperity without Growth. The transition to a sustainable economy*, Sustainable Development Commission UK, mars 2009, pp. 48-57 (*Prosperité sans croissance. La transition vers une économie durable*, Bruxelles, De Boeck, 2010).

² Voir F. Grosse, « Le découplage croissance/ matières premières. De l'économie circulaire à l'économie de fonctionnalité : vertus et limites du recyclage », *Futuribles*, n°365, juillet-août 2010, pp. 99-124.

deux cas il débouche sur des flux d'énergie et de matière additionnels. A quoi s'ajoutent les technologies « end of pipe », voire à visées plus globales comme ce pourrait être le cas avec la géo-ingénierie. De telles techniques peuvent également déboucher sur des conséquences paradoxales. Un stockage géologique massif du carbone pourrait par exemple nous inciter à moins décarboner nos énergies. Il y a là différentes déclinaisons de ce que nous appelons l'« effet rebond ». Par ailleurs, les consommateurs ne s'orientent pas actuellement en masse vers les technologies disponibles les plus économes en ressources, ni même les moins polluantes.

Force est de reconnaître l'importance du levier de la consommation, en termes de durabilité et de façon générale. Idéalement, il faudrait donc non seulement produire mieux, orienter ces consommations vers les produits les moins polluants et les plus durables, mais encore consommer moins. Des orientations qui ne se produisent guère spontanément, d'où la cible de ce programme : l'accompagnement au changement en matière de consommation.

Consommer est un acte banal et routinier incorporé à la vie quotidienne. Il ne s'agit pas uniquement d'une pratique sociale confinée dans l'univers domestique ou sur un lieu d'achat. Elle s'intègre dans un système plus large incluant culture, modes de vie, système de valeurs, urbanisme, politiques publiques, technologies, etc.

On estime parfois que par ses choix, le consommateur a le pouvoir d'orienter l'offre et donc les modes de production et caractéristiques des produits mis sur le marché. Cette approche suppose que le consommateur est un acteur économique rationnel et autonome. En réalité, les choix de consommation résultent d'une dynamique complexe sous la dépendance de facteurs sociaux, psychologiques, économiques et structurels, dont le consommateur a peu conscience et sur lequel il n'a pas toujours prise. Il doit de plus faire face à de multiples injonctions contradictoires : celle quasi permanente à consommer pour soutenir la croissance et celle d'accéder à la nouveauté, au progrès technique ; il se voit dans le même temps sommé d'adopter des comportements durables.

Dans le cadre d'une civilisation technologique, la responsabilité est moins de l'ordre de la rétrospection – responsable de ce que nous avons fait – que de celui de la prospection – anticipation dans la précaution. Ceci modifie considérablement notre conception de la responsabilité individuelle et collective, laquelle est engagée dans le moindre des gestes de la vie quotidienne et de consommation. Face à cette extension de la responsabilité on pourrait avoir l'impression d'être écrasé par une nécessaire mais épuisante voire impossible tâche de sur-responsabilité. Le rôle du discernement éthique est alors de se rendre attentif au contexte dans lequel la responsabilité du consommateur - que s'amuse à déplier le jeu de mots de "consom'acteur" - s'exerce. Il s'agit d'éviter effectivement de lui donner une dimension inatteignable et par là décourageante d'un côté ; et de l'autre de se prémunir de la tentation d'une dilution des responsabilités personnelles dans le grand tout de la socialisation des risques. Il s'ensuit que face aux risques aux effets infinis dans l'espace et dans le temps, propres à la civilisation technologique, il y a plusieurs niveaux de responsabilités engagés. Dans et par les micro-pratiques, les acteurs s'engagent et engagent un nouvel ethos : celui d'une nouvelle "civilisation des mœurs" ? En effet, en raison de la cohésion technologique, les actions individuelles sont médiatisées de telle sorte que l'exercice de l'initiative individuelle est à la fois ce qui peut causer des nuisances inédites et une responsabilité elle-même inédite. Le rôle des éco-gestes est d'y répondre. Mais c'est aussi le cas de l'idée d'un style de vie sobre et désirable que d'être la réponse vigilante aux sphères d'initiatives possibles et proportionnées aux capacités dans la civilisation technologique.

Dans ce contexte, il apparaît aujourd'hui opportun de susciter des recherches en sciences humaines et sociales pour concevoir et mettre en œuvre des politiques publiques adaptées et efficaces en vue d'accompagner le changement des modes de consommation et de vie. L'analyse de la consommation peut reposer sur une grande diversité de méthodes, et les projets devront veiller à présenter la ou les méthodologies envisagées. Par ailleurs, le programme pourra également considérer favorablement des projets menant une réflexion sur les méthodes et plus largement l'innovation méthodologique. Notamment, si les enquêtes d'opinion ont permis d'avancer vers une meilleure connaissance autour des normes de la consommation, elles rencontrent également les limites de toute méthode basée sur du déclaratif. Il paraît alors intéressant d'envisager aujourd'hui comment dépasser les limites d'un matériau empirique fondé sur le déclaratif et les représentations pour approcher au plus près les comportements de consommation.

Plus généralement, les recherches souhaitées devront explorer deux grandes questions :

1. Quelles relations y a-t-il entre bien-être, grandes fonctions existentielles (se loger, se nourrir, se vêtir, se déplacer, être reconnu, etc.) et consommation ? Quels sont les composantes et les ressorts de la consommation ?

De nombreuses études ont pu établir qu'à partir d'un certain seuil de richesse matérielle la corrélation entre enrichissement et sentiment de bien-être tendait à disparaître.

- Y a-t-il à cet égard des différences entre pays ? Qu'en est-il de cette relation entre sentiment de bien-être et augmentation du revenu, de son évolution, dans un même pays ?

Au-delà de ce constat, l'état des ressources planétaires et l'accroissement de la démographie mondiale rendent pour le moins problématique l'idée selon laquelle seule l'augmentation sans limites de la richesse matérielle peut accroître constamment les aménités de l'existence. Et cependant les modèles de consommation matérielle des nantis sont généralement les plus valorisés et tirent vers le haut l'évolution des standards de consommation de la société entraînant par ailleurs un sentiment d'insatisfaction permanente. Plus généralement la consommation constitue une réalité sociale et non purement économique : elle ne se réduit en effet ni à la valeur d'usage, ni à la valeur d'échange. Outre les aspects symboliques et distinctifs, ceux relevant du plaisir, du refus des contraintes, on peut aussi imaginer des jeux internes de compensation : l'insatisfaction relative à une fonction donnée, le « se loger » par exemple, peut être compensée par des surconsommations afférentes à d'autres fonctions.

- Ces équilibres internes à la consommation pourraient-ils être mis à profit pour une consommation plus durable ? Dans quels domaines, pour quels types de produits et de services ?
- Quels sont les rapports entre consommation et temps ? Entre consommation et rapports à l'espace, au plaisir, au confort ? Par ailleurs, quelles stratégies de communication, quelles politiques publiques pourraient aider les citoyens-consommateurs à recouvrer la pluralité des déterminants du bien-être ?

Même s'il existe d'autres déterminants du bien-être que la possession de richesses matérielles, il n'en reste pas moins vrai que les objets exercent une fonction distinctive et identitaire. C'est d'ailleurs pourquoi il n'est pas certain qu'un monde pauvre en richesses matérielles soit nécessairement un monde socialement serein.

- Quelle est la fonction anthropologique, identitaire des objets ? Quelles relations entretient-elle vis-à-vis de l'égalité ? Dans quelle mesure et pour quels types de consommation, des évolutions culturelles permettraient-elles de réduire sensiblement les pressions écologiques de la consommation ?
- Quelles modalités d'accessibilité sociale accrue pour des biens plus durables mais aussi plus coûteux ?
- Quels équilibres trouver entre la réduction des richesses matérielles et la fonction identitaire des objets ? Entre contraintes et plaisirs ?
- De plus, la consommation est encadrée dans des constructions psychologiques et sociales, d'une part, et dans des systèmes socio-techniques, d'autre part, qui rendent sa compréhension complexe. Comment mieux comprendre aujourd'hui les « systèmes de consommation » des ménages ? Qu'impliqueraient des systèmes de consommation plus « durables » ?

2. Quels sont les changements de comportements en cours ? Quels accompagnements institutionnels envisager ?

D'ores et déjà, des ménages et des groupes d'individus innovent et explorent de nouvelles façons de vivre plus sobres en matières, privilégiant le recyclage, prolongeant la durée de vie des produits, préférant l'achat de l'usage plutôt que l'achat du produit ... Il s'agit là d'une forme de dématérialisation

de l'économie qui permet de réduire les impacts sur l'environnement. Ces transformations des modes de vie de certains groupes d'individus ouvrent la voie du changement. Or nous manquons d'études fines de ces changements en cours, concernant des expériences ou expérimentations, des pratiques émergentes.

- Quelles sont les micropratiques, les actions minuscules dans et par lesquelles les acteurs sont engagés et y engagent un nouvel ethos : celui d'une nouvelle "civilisation des mœurs" ? Quels sont les effets de réduction des pressions sur l'environnement générés par de telles pratiques ? Comment les mesurer ? Quels sont plus généralement leurs impacts en termes de développement durable ? Quels pourraient être les leviers aptes à les encourager et à les diffuser le cas échéant ? Quel pourrait être à cet égard le rôle par exemple des monnaies locales ? Qu'advient-il quand on change d'échelle ? Quels sont les effets hors frontières d'évolutions en ce sens ? Peut-on jouer sur l'imitation et comment ? Peut-on compter sur le leadership de certains groupes sociaux ?
- Comment les secteurs concernés s'impliquent-ils dans les changements en cours ? Quelles sont leurs stratégies à cet égard, et quels peuvent être les effets de ces stratégies sur les évolutions politiques et sociales ?
- Peut-on dégager des modèles de transition comme les villes en transition ou post-carbone ? Peut-on envisager d'autres modalités d'accompagnement institutionnel que d'agir sur le prix ? Quelles peuvent être ces modalités ?

Une meilleure connaissance des « profils » des ménages et des groupes qui innovent et explorent de nouvelles façons de vivre permettrait de mieux comprendre les leviers démographiques, sociaux, économiques et communicationnels pour accompagner des changements de comportements plus globaux.

- Il serait également intéressant de mieux connaître les limites à ces changements : qu'impliquent les changements de modes de vie et de consommation dans nos sociétés de consommation ? Quelles sont les contraintes qui pèsent sur ces initiatives ? Quels sont les « effets rebonds » des pratiques, gestes, décisions d'achat, mis en place pour une consommation plus « durable » ?
- Quel peut être le rôle de la communication, notamment de type publicitaire dans la conduite de ces mutations ? Si la publicité a eu historiquement un rôle de création de besoins et d'entraînement économique, peut-elle participer du nécessaire changement de nos modes de consommation ? Comment l'Etat peut-il détecter les groupes de consommateurs "pionniers" en matière de pratiques vertueuses, analyser leur comportement, les encourager et s'assurer qu'ils entraînent une majorité de la population, leur donner une dimension nationale quand il y a lieu ?

4. Nature des recherches

Le programme de recherche MOVIDA s'inscrit dans une logique d'appui aux politiques publiques du MEDDTL. Il accepte cependant la coexistence de démarches fondamentales et de démarches finalisées directement mobilisables par les politiques publiques. Les projets devront, dans chaque cas, veiller à justifier explicitement en quoi et comment leurs démarches pourront servir à l'action publique.

Les projets de recherche situés à l'interface connaissance / action pourront être financés. Dans ce cas, la participation à la conduite du projet d'acteurs (décideurs publics, entreprises, associations, etc.) contribuant à construire des modes de vie ou de consommation plus durables sont encouragées. Les modalités de cette participation doivent être explicitées.

Les propositions peuvent contribuer à répondre à une seule des grandes questions de l'appel à propositions de recherche ou à plusieurs.

Les démarches proposées peuvent relever de l'ensemble des disciplines des sciences sociales, écologiques ou environnementales : sociologie, économie, psychologie, anthropologie, géographie, sciences politiques, sciences de la communication, histoire, philosophie, droit, marketing, sciences de l'urbanisme et de l'aménagement, etc.

Le programme de recherche MOVIDA vise à mobiliser les équipes composées de représentants de différentes communautés qui peuvent apporter au problème étudié un éclairage spécifique. L'accent sera mis sur un questionnement interdisciplinaire des problématiques de recherche, sans toutefois

exclure des analyses disciplinaires. Les échanges avec le monde associatif, les secteurs public et privé (grande distribution, monde publicitaire, monde agricole, etc.) autour des enjeux des modes de vie et de consommation durables seront encouragés. Les équipes réunissant chercheurs et acteurs associatifs (associations de consommateurs, d'environnement, de producteurs, etc.) pourront proposer des réponses à l'interface entre production des connaissances et expériences.

La valorisation des connaissances nécessite une mobilisation particulière des équipes soumissionnaires. Dans les projets de recherche, des propositions seront avancées en matière de valorisation des connaissances en direction à la fois, d'une part, de la communauté scientifique, en particulier des disciplines qui ne sont pas centrés sur ces objets de recherche, et d'autre part, en direction de la communauté des acteurs susceptibles d'accompagner le changement, notamment la sphère de l'action politique et des élus, la sphère associative, le monde de l'entreprise ou encore de tous les acteurs susceptibles de rendre opérationnelles les savoirs et les résultats de la recherche. Toutes les formes de valorisation seront acceptées, y compris les plus innovantes : publication, séminaire, production de guide, de synthèse ou de matériel pédagogique (film, plaquette, logiciel, pièce de théâtre, etc.). Les équipes sont également invités à produire des recommandations à l'usage des acteurs publics en charge d'accompagner le changement vers des modes de vie et de consommation durables.

La durée des projets attendus est de 24 mois mais si cela est justifié, les projets pourront avoir une durée maximale de 36 mois.

5. Soumission des propositions

Le présent appel est ouvert à toutes les équipes de recherche françaises, quelle que soit leur institution d'appartenance et leur statut (public / privé).

Le développement de coopération avec des équipes de recherche françaises ou européennes est accepté et recommandé pour les propositions mettant l'accent sur des comparaisons entre des situations nationales diverses. surtout si celles-ci sont généralisables ou reproductibles. Toutefois seules les dépenses des équipes françaises sont éligibles à un soutien financier du programme, les équipes étrangères devant trouver leur propre financement.

L'appel à propositions de recherche est ouvert pour les deux grandes questions. Chaque projet présenté devra préciser la ou les questions auxquelles il entend répondre.

Il est demandé aux équipes candidates de mentionner tout projet de recherche auquel ils participent par ailleurs, dans le domaine considéré, avec le concours de financements européens, nationaux, régionaux ou locaux ; ces mentions devront comporter le titre du projet, les équipes concernées, le montant des financements.

Les propositions reçues feront l'objet d'une évaluation par le conseil scientifique (voir organisation du programme ci-dessous) qui classera les offres selon leur valeur scientifique.

Les critères d'évaluation des projets par les experts sont les suivants :

- Pertinence par rapport à l'appel à propositions de recherche. Intérêt pour l'action publique. Qualité de l'analyse des besoins ;
- Intérêt scientifique et caractère innovant du questionnement et des hypothèses par rapport à l'état des connaissances. Qualité de l'état de l'art, références bibliographiques sur le sujet ;
- Qualité de la démarche et de la méthodologie. Approche interdisciplinaire. Implication d'acteurs ;
- Compétences scientifiques des équipes sur le sujet proposé ;
- Adéquation des moyens aux objectifs ;
- Dimensions nationale, régionale et internationale (sujet, partenaires) ;
- Intérêt opérationnel des résultats attendus, modalités d'interaction avec les acteurs. Capacité à générer des enseignements généraux à partir de l'étude de cas ;

- Valorisation envisagée auprès de la communauté scientifique et des acteurs de l'action publiques.

Les propositions seront ensuite présentées au comité d'orientation du programme. Le comité d'orientation s'appuiera sur l'analyse du conseil scientifique, sélectionnera un certain nombre de propositions en fonction de leur intérêt pour l'action publique et de la cohérence globale du programme.

Des modifications substantielles des propositions pourront être demandées par les instances avant de décider d'un éventuel financement.

Les soumissionnaires se référeront aux deux annexes du présent texte :

« A - Modalités de soumission »

« B - Modèle de présentation d'une proposition de recherche »

6. Organisation du programme

⇒ Calendrier

Date de la mise en ligne du présent appel	9 mai 2011
Date limite de réception des projets	5 juillet 2011
Evaluation par les instances du programme	29 août 2011
Convention de recherche	15 octobre 2011

L'attention des porteurs de projets sélectionnés par les instances du programme est attirée sur le fait qu'ils auront au maximum six semaines **à compter de la date d'envoi du courrier les informant de leur sélection** pour compléter le dossier administratif.

Passé ce délai les projets sélectionnés pourront être rejetés sans autre rappel.

⇒ Gestion du programme

Comme tous les programmes de recherche du MEDDTL, « Quel accompagnement au changement pour des modes de vie et de consommation durables ? » (MOVIDA) est conduit par le MEDDTL qui s'appuie sur deux instances, le Conseil scientifique et le Comité d'orientation, et qui a recours, sur un plan opérationnel, à une animation scientifique. Le rôle respectif des différentes instances est rappelés ci-dessous :

– **Le Comité d'orientation (CO)**, présidé par le chef du service de la recherche est composé de représentants des directions générales du MEDDTL, d'autres ministères, des services déconcentrés de l'Etat, d'associations et d'autres représentants d'utilisateurs potentiels de la recherche. Il a pour mission de définir les orientations du programme, de déterminer les propositions de recherche prioritaires à partir de la présélection réalisée par le Conseil Scientifique et de mettre en place les actions d'animation, d'évaluation et de valorisation du programme.

– **Le Conseil scientifique (CS)**, présidé par Dominique Bourg, a pour mission de formaliser les orientations stratégiques définies par le CO en termes scientifiques, de préparer les textes appelant la communauté scientifique à des propositions de recherche, d'expertiser les réponses, d'évaluer les résultats des projets et de proposer des actions d'animation et de valorisation du programme. L'avis d'experts extérieurs peut être sollicité sur des propositions de recherche portant sur des domaines scientifiques ou techniques relevant de leurs disciplines.

– **L'animateur scientifique** (le Credoc) appuie l'administration dans la gestion, l'animation et la valorisation du programme.

⇒ **Productions attendues**

Outre les produits de valorisation académiques ou opérationnels prévus pour chaque projet, les équipes financées dans le cadre du programme auront à remettre :

- un rapport intermédiaire, à mi-parcours,
- un rapport final.

Le rapport intermédiaire fera le point sur l'avancement du projet de recherche, en mettant notamment en évidence les ajustements par rapport au projet initial, les difficultés rencontrées et, le cas échéant, les résultats provisoires.

Le rapport final décrira de façon détaillée le déroulement et les résultats du projet. Il comportera notamment : une description des questions et de la méthode de recherche, la présentation et la discussion des résultats obtenus et la mise en perspective des résultats du projet par rapport à l'état des connaissances et aux enjeux pour l'action publique. Il comprendra une liste des publications issues du projet. Ce texte sera accompagné de tout élément annexe jugé utile : texte(s) complémentaire(s), iconographie, documents multimédias, tirés à part des publications.

Le rapport final sera accompagné d'une note de synthèse rédigée selon un format normalisé (10 pages maximum) ainsi que d'un résumé de 2 pages et de sa traduction en anglais.

⇒ **Engagements des équipes**

Si le projet est retenu par les instances du programme MOVIDA, le porteur de projet recevra un courrier du MEDDTL lui signifiant que son projet est soutenu. Il disposera alors **de six semaines au maximum** pour présenter l'ensemble des éléments nécessaires à la contractualisation. Passé ce délai et bien qu'ayant été retenu, il ne pourra plus prétendre à un quelconque financement.

Des séminaires impliquant les équipes soutenues par le programme seront organisés afin de coordonner les différentes recherches et d'identifier les synergies possibles, de mettre en débat les résultats et les enjeux du programme et d'organiser sa valorisation. Ces séminaires auront lieu lors du lancement des projets, à mi-parcours, et en fin de programme. Ils permettent les interactions entre les chercheurs impliqués dans les projets de recherche et les instances du programme CS et CO et la confrontation avec les acteurs. **Les équipes retenues s'engagent à participer à ces séminaires.**

Des journées d'étude thématiques ou colloques peuvent également être organisées autour d'une question scientifique. Leur but est de rassembler plus largement les communautés de chercheurs concernées et de provoquer un événement scientifique de qualité. Il s'agit de mettre les chercheurs en débat devant les résultats et les enjeux nouveaux identifiés dans le cadre du programme.

Annexe 1

A. Modalités de soumission

Les propositions de recherche doivent être présentées selon le modèle prescrit et doivent parvenir

- à :

Marie Cugny-Seguin

MEEDDM/CGDD/DRI/SR/MUTS

Ministère de l'Écologie, du Développement durable,
des Transports et du Logement
Commissariat général au développement durable
Direction de la recherche et de l'innovation - Service de la recherche
Mission Urbanisme, territoires et société

1 Place des degrés - Tour Voltaire - 4ème étage - Bureau 4.53

92055 - La Défense Cedex

tel : +33 1 40 81 33 44

marie.cugny-seguin@developpement-durable.gouv.fr

- **en 3 exemplaires sur papier, sans couverture cartonnée ou plastique**
au plus tard le 5 juillet 2011 à 17 h à l'adresse indiquée (le cachet de la poste faisant foi).
- **et en version électronique (de préférence au format PDF d'Adobe)**

au plus tard le 5 juillet 2011 à minuit à l'adresse :

marie.cugny-seguin@developpement-durable.gouv.fr

avec copie à Bruno Maresca et Pascale Hebel du Credoc, chargés de l'animation scientifique
du programme

maresca@credoc.fr

hebel@credoc.fr

Le texte de l'APR est consultable sur le site internet:

<http://www.developpement-durable.gouv.fr> (rubrique appels à projets)

Dès la phase de constitution de la proposition, il est recommandé aux soumissionnaires de
consulter si besoin :

MEDDTL	Marie Cugny-Seguin	marie.cugny-seguin@developpement-durable.gouv.fr tel : +33 1 40 81 33 44 ou +33 6 62 04 05 80
Credoc	Pascale Hebel Bruno Maresca	maresca@credoc.fr hebel@credoc.fr tel : +33 1 44 77 85 60

B/ Modèle de présentation d'une proposition de recherche

⇒ **Récapitulatif de la proposition**

3 pages sur papier à en-tête du soumissionnaire

- **Titre du projet et Axe(s) de l'appel à propositions de recherche concernés**

Rappeler en titre « Réponse à l'APR Programme MOVIDA »

- **Responsable/Coordinateur scientifique**

Nom, prénom, titre, fonction, organisme, adresse, téléphone, télécopie, e-mail ;

- **Résumé de la proposition**

Préciser les objectifs, les politiques publique concernées, les hypothèses formulées, les méthodes, les terrains et les publics concernés, les résultats attendus, le calendrier de travail, l'articulation avec les programmes régionaux, nationaux et européens souligner les mots-clés (5 à 10)

- **L'équipe**

Composition de l'équipe scientifique (chercheurs, organismes et cadre juridique -- - public, privé, associatif --), du réseau sur lequel elle s'appuie et modes de coordination ; expérience de l'équipe dans le domaine considéré.

Organismes partenaires et équipes impliquées dans le projet (leur signature est souhaitée).

- **Durée (24 mois minimum et 36 mois maximum)**

- **Budget prévisionnel total**

Participation demandée au MEDDTL (80% maximum de la dépense subventionnable ; la contribution du programme est envisagée dans une fourchette allant **en moyenne de 40 à 80 k€ par projet**)

Organisme(s) co-financeur (s) et montants alloués (assurés et/ou prévus)

Organisme gestionnaire des crédits

⇒ **Descriptif de la proposition**

Au maximum 12 pages

Doivent être abordés :

- **Exposé de la proposition (au maximum 10 pages)**

- Justifications du projet de recherche
- État des questions sur le domaine, actions passées, cadre actuel de la demande
- Objectif général, question(s) de recherche traitée(s), et aspects innovants
- Modes de coordination prévus avec les acteurs (à préciser clairement)
- État de l'art (et références bibliographiques internationales essentielles) sur la (les) question (s) traitée (s)
- Cas choisis et retenus
- Références bibliographiques commentées sur le(s) cas choisis(s)

- Méthodologie : hypothèses, protocoles, sources de données, échelles de travail, outils, articulation interdisciplinaire
 - Articulation avec des programmes régionaux, nationaux et européens
 - Plan de recherche détaillé
 - Résultats attendus, pour les acteurs publics notamment
 - Valorisation proposée (transfert, généralisation, résultats et produits attendus, recommandations pour les acteurs publics, valorisation opérationnelle envisagée)
 - Références bibliographiques des proposant.
- **Organisation de la proposition (au maximum de 2 pages)**
 - Composition, temps affecté à la recherche et responsabilité de chaque membre de l'équipe et de chaque partenaire (leur signature est souhaitée)
 - Expérience et moyens des équipes dans le domaine considéré (publications, réalisations...)
 - Participation effective ou prévue à d'autres programmes de recherche régionaux, nationaux et européens
 - Autres projets ou collaborations conduits par les partenaires du projet sur le même sujet
 - Calendrier de la recherche

⇒ **Annexe financière**

Il est recommandé d'étudier très en amont les questions financières de façon approfondie afin de pouvoir monter les dossiers de financement convenablement et de valider la pertinence et l'éligibilité des dépenses annoncées, dans le délai imparti de six semaines après que le projet aura été sélectionné.

La partie financière du dossier de demande de subvention qui sera transmis aux projets sélectionnés portera sur les dépenses dites éligibles : les dépenses d'équipement, de personnels (non titulaires pour les organismes ne disposant pas de comptabilité en coût complet, CDD, vacations), sous-traitance, frais de missions, de fonctionnement courant, frais généraux.

Il vous est demandé de fournir d'ores et déjà les informations suivantes :

- **Budget prévisionnel global et répartition par partenaire indiquant :**
 - Rémunérations des personnels éligibles : CDD et vacations (nombre et coût unitaire ou montant total HT/an/personne) ; autres (préciser) ; Frais de laboratoire ; Missions (nombre, durée et lieu, inclure les séminaires du programme) ;
 - Autofinancement des organismes ;
 - Autres financement (préciser s'ils sont obtenus ou attendus) ;
 - Equipement et sous-traitances : Préciser la nature ;
 - Frais généraux et frais de gestion.
- **Budget prévisionnel détaillé :**
 - Pour l'ensemble des tâches identifiées dans le projet, une ventilation annualisée et par partenaire (chronogramme de type Gantt et sous forme de tableaux)

Un modèle de présentation de la fiche financière (ainsi que l'ensemble du dossier de demande de subvention) est **disponible et à demander** à marie.cugny-seguin@developpement-durable.gouv

Quel accompagnement au changement pour des modes de consommation et de vie durables ?

Consommer est un acte banal et routinier, marchand et non marchand, incorporé à la vie quotidienne correspondant à un processus d'acquisition (achat, dons, glanages, etc.) et d'usage de biens et de services (utilisation, appropriation, etc.). Mais, la consommation n'est pas uniquement une pratique sociale située dans l'univers domestique ou sur le lieu d'achat. « Elle s'intègre dans un système plus large, comprenant l'offre (production, distribution) mais également les stratifications géographiques, l'urbanisme, les politiques publiques, les technologies, le système de valeurs, etc. qui participent de la construction des manières de consommer, historiquement, socialement et matériellement situées. »ⁱ

Vivre au quotidien selon les principes du développement durable suppose donc d'agir sur la production, afin de disposer de produits et de services plus rationnels du point de vue environnemental et socialement plus responsable sur l'ensemble de leur cycle de vie, mais aussi d'infléchir les modes de consommation, les comportements et les modes de vieⁱⁱ. Pourtant, cette remise en cause de nos modèles paraît difficile tant nos modes de vie et de consommation font partie de notre système économique et de nos identités sociales et culturelles.

- **Entre contrainte et liberté**

Les théories économiques de la consommation mettent l'accent sur la faculté d'arbitrage du consommateur. Par ses choix et ses actes d'achat, celui-ci aurait le pouvoir de réorienter l'offre, et donc les modes de production et les caractéristiques des produits mis sur le marché. Or, **le choix du consommateur ne dépend pas que du signal-prix**. Son choix peut être orienté de manière contrainte (fiscalité, réglementation, normes, régulation sur la disponibilité des produits,...) ou par des mesures incitatives (éco-prêts, bonus-malus,...). Or, les préférences du consommateur ne dépendent pas que du signal-prix, il peut également résulter de préférences individuelles ou collectives liées à des facteurs symboliques et à l'adhésion à des valeurs (frugalité, ostentation, hédonisme...).

Le comportement ordinaire de l'individu relève d'un choix individuel dans un cadre socialement normé. Bien au-delà de la recherche de statut, le mode de vie quotidien des individus dépend d'une multitude de facteurs qui échappent au pouvoir de décision des individus et qui influencent fortement le mode d'usage de l'espace dans lequel il vivent : les forces motrices (culture, valeurs, système socio-technique, époque...), les facteurs individuels (revenu, formation, sensibilité environnementale et éthique, habitudes, âge,...), les facteurs structurels du territoire (degré d'urbanité, offre de services, accès aux transports, à l'emploi, aux services de santé, à la culture et à l'éducation, aux espaces publics, aux aménités, exposition aux risques, cadre de vie...).

Toute consommation est intégrée dans une série de pratiques sociales Elle dépend des routines quotidiennesⁱⁱⁱ que les individus reproduisent de manière structurée et qui sont étroitement liées aux infrastructures et aux ressources disponibles (route, produits et technologies disponibles, énergie,...), aux styles de vie (organisation de la vie, gestion du temps, loisirs) et aux normes sociales correspondant à ce que les gens considèrent comme un mode de vie ordinaire et normal (hygiène, confort, distinction sociale,...). Pour toutes ces raisons, le changement ne peut pas être analysé uniquement sur la base d'un modèle individualiste et comportemental.

Pour mieux comprendre les freins au changement, il est nécessaire d'**identifier les pratiques sociales associées à des types de consommation** ayant de forts impacts environnementaux ou sociaux, puis analyser les infrastructures, les styles de vie et les normes dans lesquelles elles s'insèrent. Cette approche permet d'**évaluer la capacité potentielle de transition pour chaque type de pratique et de concevoir des instruments d'action publique spécifiques**.

De plus, **les consommateurs mettent en œuvre de façon très variable leur sensibilité environnementale ou sociale**^{iv}. Ils ne prennent pas en compte de la même manière l'environnement ou les aspects sociaux lorsqu'ils font leurs courses, partent en vacances ou aménagent leur maison^v. L'individu a tendance à cloisonner ces actes et a des difficultés à agir de manière cohérente.

Même si le consommateur n'est pas totalement maître de ses décisions, pour soutenir une cause ou dénoncer des abus d'un point de vue politique, environnemental ou éthique, il a tout de même le **pouvoir de refuser d'acquiescer certains produits (boycott) ou au contraire de privilégier certains produits ou services (buycott)**. Il peut également devenir une sorte "d'expert" de la consommation en développant son esprit critique et en prenant de la distance face à l'offre de produits, de services et de loisirs. Il peut aussi s'engager dans des démarches plus radicales consistant à limiter le plus possible sa consommation, voire jusqu'à refuser de consommer.

Au-delà des choix marchands, **les individus peuvent construire une nouvelle citoyenneté en choisissant de s'impliquer dans de nouvelles formes d'actions politiques** au travers de réseaux locaux ou transnationaux d'acteurs. Le consommateur s'investit alors de plus en plus dans la filière de production, cherchant à passer du rôle de consommateur passif à celui de « coproducteur » comme dans les AMAP.

Le consommateur ne peut changer ses comportements que s'il a la motivation nécessaire et surtout la possibilité de changer son comportement. *Dans ces conditions, quels sont les leviers du changement ? Quelles sont les marges de manœuvre individuelle ? Comment faire évoluer les styles de vie ? Quelle est la part de contrainte dans les modes de vie ? Comment accompagner le changement ? Quelles sont les comportements émergents ? Quels rôles peuvent jouer les consommateurs ? Les acteurs économiques ? Les pouvoirs publics et les associations ? Quels sont les leviers d'action individuels et collectifs ?*

- **Entre rationalité et valeurs symboliques**

Pour que le consommateur limite ou réoriente sa consommation, il faudrait le convaincre qu'il peut tirer une satisfaction égale ou plus grande en consommant moins ou mieux. Or, les désirs satisfaits par la consommation vont bien au-delà de la simple satisfaction matérielle.

La consommation durable construit une relation entre l'individu et les autres. C'est un outil pour le bien de tous qui donne du sens à l'action individuelle. Ce simple acte quotidien revient à affirmer publiquement sa responsabilité citoyenne et devient un acte éminemment social.

Au cours de l'histoire, le consommateur a montré qu'il était **capable de choix altruiste visant à contribuer au bien-être social**. Il peut être amené à redéfinir ses besoins et à modifier ses choix s'il reconnaît un bénéfice politique, environnemental ou social au changement. Le consommateur responsable est alors prêt à payer « le juste prix » qui ne correspond pas forcément au prix minimal.

Le consommateur n'est pas un acteur économique uniquement rationnel cherchant à maximiser son intérêt. Ses choix de consommation résultent d'une dynamique complexe sous la dépendance de facteurs sociaux, psychologiques, économiques et structurels sur lesquels il a peu de prise. Malgré ce constat, **la plupart des politiques publiques restent encore guidées par le modèle du consommateur rationnel** qui correctement informé peut changer ses habitudes et faire des choix rationnels. Les prescriptions résultant de ce modèle, consistent à informer davantage les consommateurs et à utiliser des outils financiers pour influencer la balance coûts / bénéfices^{vi}.

Or, l'impact des instruments dédiés à l'information des consommateurs reste faible. Les campagnes de sensibilisation menées par les autorités publiques ou les ONG devraient, comme tout les autres campagnes publicitaires, être élaborées en tenant davantage compte de la **segmentation de la société et de la psychologie sociale du changement**

Perdus au milieu de tous les messages publicitaires, les messages éducatifs ont des difficultés à émerger. Dans ce contexte, il n'est pas surprenant que **les personnes les plus réceptives aux messages en faveur de la consommation durable soient celles qui ont le plus de capacité à traiter l'information** et donc un haut niveau d'éducation.

Même si le consommateur n'est pas totalement autonome et maître de ses décisions, l'éducation, l'information et la sensibilisation ont néanmoins un rôle à jouer en matière de responsabilité individuelle.

Quelle peut-être la place de la sensibilisation, de l'information et de l'éducation dans l'accompagnement au changement ? Comment favoriser le changement de comportement ? Comment rendre les politiques d'information et de sensibilisation plus efficaces ?

- **De l'abondance à la satiété**

Une partie de l'humanité souffre d'un faible niveau de consommation alors qu'une autre partie surconsomme sans que cette abondance soit synonyme de « bonheur »^{vii}. Cette opulence génère des maux spécifiques : obésité, déchets, pollution, consommation de ressources naturelles, perte du lien social... Les enquêtes montrent une dissociation relative entre la progression du niveau de vie et la satisfaction des individus. Certains pays pauvres déclarent des niveaux de satisfaction de vie plus élevés que des pays plus riches^{viii}.

La satisfaction de vie ne relève pas uniquement de la richesse matérielle. D'autres facteurs jouent un rôle important comme la santé, la sécurité, les relations sociales, l'éducation, la qualité de l'environnement social, politique et naturel, etc. Le bien-être est une notion complexe et relative qui s'évalue par rapport aux autres ou à une situation passée. L'effet d'habitude et la comparaison sociale modifient les normes sur la base desquelles l'individu évalue son bien-être. Généralement, les modèles de consommation des nantis sont les plus valorisés et tirent vers le haut l'évolution des standards de consommation de la société d'où **un sentiment d'insatisfaction permanente**.

L'ampleur des défis écologiques et sociaux incite à reconsidérer les modèles de richesse. Pour échapper à cette dynamique du « toujours plus », certains envisagent d'intégrer à nos comportements **un principe de suffisance ou de satiété** et prônent un modèle de décroissance matérielle. Ils proposent de changer de manière radicale de comportements d'achat et de modes de vie estimant que dans un monde de surabondance et de gaspillage, « mieux » consommer c'est avant tout « moins » consommer.

Pour cela, il faut se poser la question de la faible durée de vie des produits et de la manière dont on les utilise. **C'est accepter de réparer, réutiliser, recycler et surtout de réduire la quantité de matière et de biens consommés.** C'est aussi faire des choix sociaux. Cette approche suppose que le consommateur est prêt à orienter ses achats vers des produits et des services durables si le prix n'est pas excessif. Pourtant, bien que la conscience de la nécessité d'adopter des comportements vertueux se développe, elle ne porte que sur des petits gestes quotidiens et non sur les structures de la consommation. **La demande de confort n'est pas véritablement remise en cause** et il existe un décalage entre les déclarations en faveur de l'environnement et les pratiques réelles^{ix}.

Dans ces conditions, comment changer de modèles de consommation ? Que signifie "mieux" consommer ou consommer "moins" ? Quelles sont les incidences économique d'un mode de consommation plus sobre ? Comment faire évoluer la demande de confort ? Que serait une consommation ou des modes de vie "viabiles", c'est-à-dire acceptables par nos sociétés compte tenu des critères de bien-être actuels et ne pénalisant ni les générations présentes, ni les générations futures ?

- **Entre injonctions et contradictions**

Le consommateur reçoit des messages contradictoire des pouvoirs publics et des media. **Il est asséné d'injonctions à consommer et en même temps est sommé d'adopter des comportements durables.** Il doit faire face à de multiples contradictions^x.

Comment limiter la consommation dans un monde où l'économie repose sur la croissance ? Dès que la consommation diminue, les taux d'intérêt baissent pour relancer l'économie par la demande et les pouvoirs publics exhortent les citoyens à consommer. Les programmes d'actions mettent plutôt l'accent sur la modification des choix de consommation que sur une réduction de la consommation. De plus, à mesure que l'offre de produits éco-efficaces croît, les gains dus à l'amélioration de leur efficacité sont compensés par des niveaux de consommation plus élevés (effet rebond).

Le progrès technique est un puissant ressort de la consommation et est considéré comme indispensable à la bonne santé de l'économie. Or, il contribue à accélérer l'obsolescence des objets et rend leur renouvellement nécessaire. Des objets fonctionnant encore sont remplacés par d'autres bénéficiant des dernières innovations technologiques. Une durée de vie trop longue des produits serait d'ailleurs considéré comme un frein à l'innovation^{xi}.

Les consommateurs tirent avantages de la compétition entre les entreprises car elle contribue à faire baisser les prix. Mais, cette compétition n'encourage pas les entreprises à adopter des

standards de production respectueux de l'environnement et des critères sociaux. D'autant plus que les consommateurs demandent des produits bons marchés provenant de pays à très bas salaires et contribuent ainsi à la disparition des structures de production dans des pays à haut niveau de vie.

Les modèles culturels et les discours publicitaires entretiennent l'idée que "le bonheur" est lié à la consommation. Ce modèle est exporté partout dans le monde et les pays émergents adoptent des standards élevés de consommation. A tout cela s'ajoutent les messages brouillés portés par la fiscalité ou les tarifications qui privilégient souvent des choix non durable (ex : plus le nombre de voyages augmente, plus les tarifs baissent).

Comment le consommateur se forge-t-il une opinion et un esprit critique ? Quelle perception a-t-il des systèmes dans lequel il est inséré ? Le consommateur a-t-il le pouvoir d'agir sur ces systèmes ?

- **Accompagner le changement**

Comment dissocier l'amélioration de la qualité de la vie de l'augmentation de la consommation de biens matériels ? Pour découpler la croissance des pressions qu'elle exerce sur l'environnement, un **nouveau modèle économique**, sobre en ressources et en énergie, basé sur le recyclage et l'allongement de la vie des produits, devra être développé. Les produits devront être conçus dans l'optique d'une réutilisation constante de leurs composants et l'achat d'un service devra être privilégié à celui du produit.

Dans cette optique, l'environnement est plus un levier pour sortir de la crise économique et sociale actuelle qu'une contrainte. Cette croissance, qualifiée de « verte » porte essentiellement sur une modification des modes de production. Mais, elle ne peut se concevoir sans un changement profond de nos modes de vie et de consommation. Il est probable que **les transformations nécessaires soient plus importantes et plus difficiles qu'on ne l'imagine et nécessite la mise en place d'actions d'accompagnement au changement.**

Comment alors inventer un modèle plus sobre, moins intensif en matières premières et en énergie, sans qu'il y ait le sentiment d'une perte du bien-être et basé sur une réelle adhésion du consommateur ? Quelles seraient les incidences économiques d'un changement de comportement du consommateur et des modes de vie ? Quels sont aujourd'hui les enjeux d'une consommation plus durable ? Comment accompagner le changement ?...

ⁱ Garabuau-Moussaoui Isabelle, 2010. "La consommation (tout) contre la société ?". Paris, in sociologies pratiques, n°20, 1p.

ⁱⁱ Theys Jacques, du Tertre Christian, Rauschmayer Felix. "Le développement durable, la seconde étape". La Tour d'Aigues, édition de l'Aube, 201 p.

ⁱⁱⁱ Elizabeth Shove Elizabeth Shove 3, 2003, "Comfort, cleanliness and convenience. The social organization of Normality", London, Berg.

^{iv} Gert Spaargaren 2 et Arthur Mol, 2008, "Greening global consumption: Redefining politics and authority", Global Environmental Change : Human and Policy Dimensions, 18 (3), p. 350 - 359.

^v Perrot M. (2009), "Faire ses courses", Paris, Stock

^{vi} Grenelle de l'environnement – Propositions du groupe 6 "Promouvoir des modes de développement écologiques favorables à la compétitivité" et propositions du groupe 4 "Adopter des modes de production et de consommation durables : agriculture, pêche, agroalimentaire, distribution, forêts et usages durables des territoires."

^{vii} Note de veilles du Centre d'analyse stratégique n°91 " Au-delà du PIB, le bonheur ?". 2008

^{viii} Joseph E. Stiglitz, Amartya Sen, Jean-Paul Fitoussi. Rapport de la Commission sur la mesure des performances économiques et du progrès social

^{ix} Herpin Nicolas, Verger Daniel. "Consommation et mode de vie en France". La Découverte, collection Repères. 260 p.

^x Zaccai, Edwin., (ed) *Sustainable Consumption, Ecology and Fair Trade*, London : Routledge, 2007.

^{xi} Problèmes politiques et sociaux. "La société de consommation face aux défis écologiques". n°954 – Novembre 2008 – La documentation française. Dossier réalisé par Edwin Zaccai et Isabelle Haynes. 111p