

Les chroniques de Martin #3 :

Modifier la demande, un élément essentiel pour résoudre les défis climatiques

Martin Clermont

Le 25 avril 2019

Dès l'origine, le projet de *Communauté Durable* avait pour objectif de stimuler la demande plutôt que l'offre, via des modes de consommation différents. À l'occasion d'une publication sur LinkedIn (*Agir sur la demande*)¹ il y a deux ans, j'avais que la stimulation de la demande était une source incontournable et inépuisable puisqu'elle condense la somme des achats des consommateurs. Ce changement comportemental ne dépend pas de l'utilisation de technologies, aussi propres, vertes ou innovantes qu'elles soient, mais avant tout de la prise de conscience de ce que nous sommes, de ce que nous avons, de ce que aimerions avoir et de la conciliation entre ces deux derniers aspects².

J'utilisais le terme de la Demande en me référant à l'équation générale de l'offre et de la demande³. Ainsi, l'idée était de stimuler les changements de la consommation, surtout la consommation des individus, dans un contexte où près de 70% du PIB⁴ des économies de l'OCDE, dont celle des États-Unis d'Amérique⁵, sont matérialisées par celle-ci, constituant un élément clé de la Demande. Comment le changement de cette Demande, par exemple sur l'énergie, les déchets et la mobilité des individus⁶, peuvent impacter dans un équilibre parfait⁷ et positivement sur les cibles de réductions de GES et des Objectifs de Développement Durable des Nations-Unies⁸.

« Les consommateurs nagent dans une dissonance cognitive synchronisée : entre leur prise de conscience de l'ampleur de la dégradation climatique et leur hésitation à transformer celle-ci dans leurs gestes quotidiens. »

¹ <https://www.linkedin.com/pulse/d%C3%A9but-2017-agir-sur-la-demande-martin-clermont/>

² <https://www.linkedin.com/pulse/d%C3%A9but-2017-agir-sur-la-demande-martin-clermont/>

³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Offre_et_demande

⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Produit_int%C3%A9rieur_brut

⁵

<https://www.lapresse.ca/affaires/economie/etats-unis/201804/27/01-5162717-le-pib-americain-en-hausse-de-23-au-premier-trimestre.php>

⁶ Approche triptyque de Communauté Durable :

<https://www.linkedin.com/pulse/une-approche-triptyque-comme-vecteur-de-changements-martin-clermont/>

⁷ https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89quilibre_g%C3%A9n%C3%A9ral

⁸ <https://unfccc.int/fr/atteindre-les-objectifs-du-developpement-durable-grace-a-l-action-climatique>

Une récente étude européenne⁹ s'est attardée sur la responsabilité des consommateurs, qui actuellement nagent dans une dissonance cognitive synchronisée : entre leur prise de conscience de l'ampleur de la dégradation climatique et leur hésitation à transformer celle-ci dans leurs gestes quotidiens. *«Les gens dénoncent la corruption des hommes politiques, mais de leur côté ils travaillent au noir. On est dans le même bateau, c'est un problème commun qu'il faut résoudre, mais il y a un report de responsabilité les uns pour les autres [...] mais il va falloir trouver d'autres leviers d'action, et un bon levier est notamment la consommation»¹⁰*.

Quand on mentionne la nécessité de l'implication quotidienne au changement de la part du consommateur, d'action à portée locale et individuelle, et de l'agir maintenant, il est souhaitable de le contextualiser dans une période de transition. C'est-à-dire, d'identifier ce qui était le mode de vie en route vers le « ce qui sera » suite à un changement, conscient et mesuré. Bref le changement comportemental est dans l'air du temps.

À titre d'exemple, dès la fin de 2018¹¹, on prévoyait une baisse historique du prix de la viande en 2019, notamment celle du bœuf, dans le panier des consommateurs canadiens. Probablement cela serait motivé par un changement d'appétit de la part des consommateurs et pour un cocktail de considérations; que ce soit pour des questions de goût, de coût, de santé ou climatique. Ainsi, la Demande carnée baisserait et se déplacerait vers des sources de protéines plus variées comme le poisson, la volaille et vers des protéines végétales (pois chiches, quinoa, lentilles), ayant toute une empreinte carbone et écologique moins élevée que celle du bœuf. C'est un excellent exemple pratique d'un changement comportemental au niveau du consommateur, sans nécessairement l'introduction d'une innovation technologique et qui oblige l'offre de la filière de la production de protéines carnées à s'ajuster et à se transformer entre autre par la production de viande bio, une production locale et un transfert graduel vers des protéines végétales ayant un goût carné.

« C'est un excellent exemple pratique d'un changement comportemental au niveau du consommateur, sans nécessairement l'introduction d'une innovation technologique »

Ce changement de consommation est, certes, graduel et étalé sur une période de transition, mais il est actuellement assez significatif pour être décelé. Ainsi, les Américains mangeraient, en moyenne, 225 livres de viande chacun. *Mais ce n'est pas tout le monde qui mange de la viande. La jeune génération compte davantage de végétariens. Toutefois, fait remarquer Gabriel Joubert-Séguin, c'est un changement très*

⁹ <https://www.lapresse.ca/actualites/environnement/201904/06/01-5221165-climat-quel-role-pour-les-consommateurs.php>

¹⁰ idem

¹¹ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1139644/alimentation-boeuf-viande-baisse-prix>

*graduel qui aura peu d'impacts sur les marchés boursiers. C'est bien connu, les marchés sont davantage sensibles aux chocs, comme l'imposition d'une nouvelle taxe. « Ironiquement, il n'y a jamais eu autant de végétariens et la consommation de viande n'a jamais été aussi élevée », dit Gabriel Joubert-Séguin¹². C'est sans compter l'innovation culinaire, merci aux biotechnologies, qui fera apparaître sous peu dans nos assiettes du bœuf *moléculé* en laboratoire avec pas ou peu d'empreinte carbone, écologique et sans aucune cruauté¹³.*

Certain(e)s semblent affirmer qu'il faut prioriser la fermeture de l'origine de la production, c'est à dire de prioriser des actions sur l'Offre, en y opposant les actions sur la Demande c'est-à-dire, dans ce cas-ci, la consommation. *«On pourra argumenter qu'une réduction draconienne de la consommation d'hydrocarbures au pays¹⁴ mènerait à une réduction de la production. En fait, comme la demande canadienne ne représente qu'une infime partie de la demande mondiale, l'industrie pourrait poursuivre son expansion en exportant vers d'autres marchés»¹⁵.* Ce point de vue synthétise une partie de la discussion sur le « agir local », du côté de la consommation, en interconnexion planétaire avec l'Offre disponible sur l'ensemble des cinq continents. Pas évident de concevoir un retour au protectionnisme nationaliste afin de limiter la production au seul besoin de la demande du marché local ou national. Tout cela dans un contexte mondial de désinflation, qui dans les pays développés, s'appuie sur le vieillissement de la population, de l'introduction d'innovations intelligentes¹⁶ et en toile de fonds, depuis 2008, d'une augmentation des inégalités sociales¹⁷.

Depuis le début de l'année, en tentant d'appliquer la maxime de passer de la parole aux actes, j'apprends à apprécier l'intégration de nouveautés sur mon menu : des burgers *Beyond the meat* combinée avec une diète de protéines végétales une journée par semaine. Je suis heureux de constater que je demeure toujours ouvert aux changements, d'autant plus qu'ils sont savoureux!

¹² <https://www.lebulletin.com/elevage/prix-des-viandes-ameliorations-pour-2019-97373>

¹³ http://plus.lapresse.ca/screens/f12fd869-3629-4a0c-b0d4-8a714bab37d0__7C__0.html

¹⁴ Le Canada

¹⁵ http://mi.lapresse.ca/screens/d8931eaa-0208-4282-904c-cfc26aa46fce__7C__0.html

¹⁶ Big data (données massives) et Intelligence artificielle

¹⁷ <https://www.project-syndicate.org/commentary/west-japanization-low-growth-inflation-by-mohamed-a-el-erian-2019-04/french>