

**Sylvie Faucheux, Philippe Naccache, Julien Pilot,**  
enseignants-chercheurs  
à OMNES Education.



## Produire et consommer responsable, un sacré défi

Nous sommes animés par la même conviction que la transition écologique est le résultat d'un processus qui, en l'espèce, doit être pensé, managé, et doit impliquer l'ensemble des forces vives des nations: le politique, l'entrepreneuriat, la finance et le citoyen-consommateur. Le politique apparaît d'emblée comme un niveau d'action incontournable. Les marchés environnementaux, notamment ceux concernant des biens communs tels les produits de la pêche ou les forêts, sont structurellement défailants. C'était d'ailleurs le sens des mots de Garrett Hardin, écologue américain, lorsqu'il évoquait la « tragédie des communs » pour souligner notre propension à la surexploitation des ressources naturelles du fait de systèmes concurrentiels qui privilégient les résultats économiques de court terme. Dès lors, il ne peut y avoir de transition sans régulation efficiente, au niveau local comme international. Ainsi, le management de la transition écologique exige du politique qu'il pense des outils qui modifient les comportements des acteurs de la vie économique, tout en s'assurant de l'acceptabilité sociale de ces outils et en réduisant les risques de dumping à l'international. Sur le premier point, il s'agira par exemple d'accompagner le déclin d'anciennes industries en proposant des plans de reconversion. Sur le second, il faudra s'assurer que la mise en place de taxes locales sur le carbone n'incite pas les industries émettrices à délocaliser la production dans des territoires moins regardants. Le deuxième niveau d'action concerne le monde des affaires. Il est impossible de penser la transition écologique sans modifier la façon dont l'offre

est pensée, financée, produite et mise sur le marché. Au niveau de l'entreprise, plusieurs études ont démontré que, sous certaines conditions, s'engager dans des politiques sociales et environnementales se traduit, par des salariés qui génèrent plus de valeur et par de meilleures performances financières. Les investisseurs, notamment institutionnels, devraient cesser d'investir dans les énergies carbonées et orienter leurs financements vers les start-ups qui, par exemple, portent des innovations frugales ou encore des solutions de capture du CO<sub>2</sub> innovantes. La finance devra mieux signaler ces entreprises à « impact positif », quitte à renoncer au moins transitoirement aux objectifs de maximisation du ROE de court terme et à assumer les risques et coûts liés au déclassement des actifs les plus carbonés. Enfin, le troisième niveau d'action concerne les citoyens-consommateurs à qui il faut

---

**« La finance devra mieux signaler ces entreprises à "impact positif" ».**

---

permettre de privilégier les productions responsables. Le problème à ce niveau est triple. *Primo*, il y a un problème d'information: il n'est pas toujours facile de distinguer le caractère

éthique et responsable d'un produit ou d'un service. *Secundo*, il y a un problème de prix. Les marchés sont ainsi faits qu'il coûte souvent plus cher de consommer responsable. Cela est d'autant plus vrai que les externalités négatives, liées par exemple à la pollution générée par la production ou le transport, ne sont pas prises en compte. Autrement dit, ces coûts ne sont supportés ni par le pollueur, ni par le consommateur, mais par les populations locales qui subissent un environnement dégradé. Rétablir la « vérité » des prix est donc crucial. *Tertio*, il y a un problème d'inadéquation entre le confort voulu et le désir de préserver la planète. Soyons honnêtes: peut-on se réclamer de l'écologie en multipliant les contenus streamés via nos mobiles 5G de dernière génération ou en ayant recours aux services de livraison express des e-commerçants? Cette question en appelle une autre: sommes-nous prêts à consommer moins et mieux? •