

PATRICK VEILLARD - PROPOS RECUEILLIS PAR ROLAND D'HOOP

INTERVIEW DE GÉRALDINE THIRY, ÉCONOMISTE DE L'ENVIRONNEMENT À L'ICHEC ET L'UCL

« IL FAUT S'ÉLOIGNER DU FÉTICHISME DE LA MARCHANDISE »

DESRIPTIF

A l'occasion du lancement de sa nouvelle campagne sur l'économie du donut, Oxfam-Magasins du monde a rencontré une série de personnalités belges et internationales. L'objectif ? Débattre et mettre en perspective ce concept de Kate Raworth sur les limites sociales et planétaires sous divers angles tels que le commerce, la finance, l'alimentation, la coopération avec le Sud, etc. Géraldine Thiry est professeure d'économie environnementale à l'ICHEC et à l'UCL et l'une des contributrices au plan Sophia (voir encadré), notamment sur les aspects de consommation. Son point de vue dans cette analyse sur les questions de commerce et de changement des modèles de consommation que sous-entend la transition vers une économie du donut.

COMMENT EN ÊTES-VOUS VENUE À TRAVAILLER AVEC LE CONCEPT D'ÉCONOMIE DU DONUT ?

J'ai soutenu durant mes études une thèse sur les indicateurs économiques alternatifs au PIB. Cette réflexion m'a amenée petit à petit à revoir non plus seulement le 'thermomètre' mais plus fondamentalement le modèle économique sous-jacent, actuellement porté par un objectif unique de croissance du PIB. Je travaille donc depuis plusieurs années sur les modèles économiques soutenable portant une conception alternative de la production et de la consommation. Je m'intéresse plus particulièrement aux modèles, tels que le donut, indépendants de la croissance et contribuant à dématérialiser le développement économique tout en respectant les impératifs de justice sociale.

EN QUOI LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU DONUT EST-IL SUSCEPTIBLE DE MODIFIER NOS MANIÈRES DE CONSOMMER ?

L'économie du donut pourrait influencer la manière dont nous consommons en offrant un cadre tout à fait différent de celui dans lequel nous sommes actuellement : un cadre de croissance qui est poussé et qui pousse à la consommation de masse. Pour répondre à cette question plus précisément, il est intéressant de regarder comment le concept a été appliqué à la ville d'Amsterdam, qui a fait du donut son modèle pour une relance post-covid. Un problème qui est vite apparu dans cet exercice est que le donut a été pensé au départ de manière très globale : il couvre de manière universelle les besoins essentiels auxquels tout le monde devrait avoir accès et les limites au niveau planétaire à ne pas dépasser. Pour



l'appliquer à une échelle plus locale telle que celle d'Amsterdam, il a fallu ajouter à la dimension 'social vs. environnemental' du donut la dimension 'local vs. global'. Et afin d'éveiller les consciences des citoyens.ne.s aux impacts de leur consommation, il a été proposé de travailler sur des objets. Quand l'on consomme un hamburger par exemple : quels sont les impacts sociaux et environnementaux au niveau local, mais aussi plus globalement, c'est-à-dire au sein des filières de production de ce hamburger ? Les producteurs derrière le blé du pain, la salade ou les tomates, les éleveurs de bœuf, etc. Avec cette manière d'appliquer le donut sur un objet spécifique, les gens sont conscientisés sur un ensemble d'éléments et d'impacts concrets liés à leur consommation. Tout cela de manière très ancrée et en s'éloignant de ce que l'on peut appeler le 'fétichisme' de la marchandise : on ne voit plus seulement une marchandise, on rend transparent l'en-

semble de son processus de production et de ses impacts, tant sociaux qu'environnementaux, tant locaux que globaux.

QUID DES PRODUITS IMPORTÉS ? NE FAUDRAIT-IL PAS TAXER LES PRODUITS LES PLUS NÉFASTES AUX NIVEAUX SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL ?

C'est une question complexe. Imaginons que l'on ne veuille plus que des produits durables en Europe. On pourrait pour cela mettre en œuvre des ajustements aux frontières. Il y a eu avec la crise covid beaucoup de discussions à ce sujet ces derniers mois, plus particulièrement sur la dimension environnementale, avec la taxe dite carbone. L'idée est de taxer les produits importés hors Europe au prorata de leurs émissions de gaz à effet de serre. L'objectif est de protéger les entreprises européennes faisant l'effort, généralement coûteux, de s'aligner avec des standards envi-

ronnementaux plus élevés. On pourrait envisager un système similaire d'ajustement social aux frontières, par exemple dans la filière textile, sachant que l'Europe est un client important pour les producteurs asiatiques. Un problème est que ce type de taxe modifiant le signal prix est une taxe à la consommation. Cela signifie que les prix sont au final plus élevés pour les consommateurs européens. Et les plus précarisés d'entre eux sont les plus impactés car ce sont eux qui consacrent la proportion la plus importante de leur budget à la consommation. De nombreuses études démontrent les effets potentiellement anti redistributifs d'une telle taxe. Prendre en compte la qualité des standards sociaux des produits importés est donc extrêmement important : dans une perspective de transition écologique et sociale, il est clair qu'il faudra penser global. Mais il sera indispensable d'également faire

attention aux impacts redistributifs potentiels au niveau régional.

QUE PENSEZ-VOUS DE LA TENDANCE À LA RELOCALISATION, RENFORCÉE AVEC LA CRISE COVID-19, ET DU RISQUE CORRÉLÉ D'APPAUVRIR LES PAYS DU SUD, DONT ON A HISTORIQUEMENT 'FORCÉ' L'ÉCONOMIE VERS LE TOUT EXPORT ?

On ne peut pas penser la transition sociale et écologique, qui passe dans une certaine mesure par des formes de relocalisation, en laissant pour compte les pays dont la croissance et le modèle de développement sont extrêmement dépendants des exportations. C'est dans ce sens qu'institutionnellement et à l'échelle globale, il faut penser des mécanismes de compensation à court terme, par exemple des aides d'Etat, ou en matière de gouvernance économique, des instruments permettant aux entreprises de ces pays d'être moins dépendantes aux exportations. L'autonomisation de ces économies peut se faire à l'échelle régionale, afin de renforcer les échanges Sud / Sud, comme c'est déjà le cas dans différentes filières. On limiterait ainsi leur dépendance aux pays les plus riches, en faisant contribuer ces derniers de manière constructive à une autonomisation régionale du Sud, tout en diminuant la distance des échanges.

DANS CETTE PERSPECTIVE, LE COMMERCE ÉQUITABLE PEUT-IL D'APRÈS VOUS SERVIR DE MODÈLE AUX NIVEAUX À LA FOIS SOCIAL ET ÉCOLOGIQUE ?

Tout à fait, le commerce équitable a été un précurseur. D'abord en étant

LE PLAN SOPHIA ET LA COALITION KAYA

Son nom signifie sagesse en grec ancien. Le plan «Sophia» est un plan de transition pour une relance durable de la Belgique après la crise du Covid 19. Développé par plus de 100 scientifiques et 200 entreprises durables (le 'Resilience Management Group'), ce plan détaille plus de 200 mesures réparties dans 15 domaines, de l'alimentation à l'énergie en passant par la mobilité. Dans un contexte de crise économique qui n'en est « qu'à ses débuts », l'objectif est de construire une économie post covid plus résiliente face aux crises, en soutenant une transition écologique et sociale forte et ambitieuse. Les entreprises ayant participé à ce travail collaboratif font partie de la coalition Kaya, du nom d'un économiste japonais ayant développé une équation reliant les émissions de CO2 à des paramètres démographique, économique et énergétique. Face au défi climatique, cette coalition créée en 2019 plaide pour le développement d'une économie régénérative plus respectueuse des limites planétaires.

extrêmement attentif aux aspects sociaux de dignité des travailleurs et aux questions d'inégalité. Mais aussi sur les questions d'environnement, différents labels combinant des critères sociaux et écologiques. Des travaux en économie environnementale montrent depuis déjà une trentaine d'années que la tension souvent supposée entre social et écologique n'a pas lieu d'être. Les personnes les plus so-

cialement défavorisées sont aussi les plus affectées par les problèmes environnementaux. C'est ce que l'on appelle l'écologisme des pauvres. Le commerce équitable, en promouvant la production responsable dans le sens digne socialement, favorise des modes de production plus respectueux de l'environnement. Dans ce sens, il contribue à réconcilier le social et l'écologique.