



Extrait du Association pour l'Économie Distributive

<https://www.economiedistributive.fr/Consommateurs-de-tous-les-pays,2801>

Consommateurs de tous les pays unissez-vous !

- La Grande Relève - N° de 1935 à nos jours... - De 1976 à 1987 - Année 1987 - N° 856 - mai 1987 -

Date de mise en ligne : mardi 21 juillet 2009

Date de parution : mai 1987

Copyright © Association pour l'Économie Distributive - Tous droits réservés

A l'occasion de son vingt-cinquième anniversaire "Que Choisir", le mensuel de l'Union Fédérale des Consommateurs publie un numéro spécial consacré à un rappel de ses activités, mais aussi aux produits du futur, treize ans avant l'an 2000, et à des tribunes où s'expriment Ralph Nader, Michel Rocard, Christiane Scrivener et Joffre Dumazedier.

L'HISTORIQUE

Il est vrai qu'avant les années 60, les consommateurs étaient tout juste bons à absorber les produits que les industriels et les agriculteurs voulaient bien mettre à leur disposition par l'intermédiaire des commerçants. Les destructions dues à la guerre avaient provoqué une situation de relative pénurie artificielle qui obligeait les acheteurs à se montrer peu exigeants.

Aujourd'hui, la situation a changé radicalement. L'abondance potentielle s'est installée et les clients sont courtisés par tous les moyens. Ils en ont profité pour se montrer plus rigoureux dans leurs choix. Les écologistes ont attiré l'attention sur la nécessité de préserver l'équilibre de la nature en évitant les pollutions de toutes sortes.

L'UFC retrouve les grandes dates des batailles qu'elle a livrées : 1963 radioactivité des aliments, 1967 danger du diphényle sur les agrumes, 1970 saleté des plages, 1972, relevé des prix sur l'ensemble des grandes surfaces, 1976 amiante dans le vin, 1979 antibiotiques dans les viandes, 1980 boycott du veau aux hormones, 1986 offensive contre le chèque payant, etc... sans compter les innombrables tests qui ont servi de références à tant d'acheteurs.

Nous qui constatons la profusion des produits, ne pouvons pas rester insensibles à leur choix, ni à la qualité de la vie, mais nous sommes aussi intéressés par les conditions et les résultats de la fabrication, ainsi que par les nouvelles méthodes de distribution qui s'instaurent et les nouveaux besoins qui se manifestent.

LE FUTUR

Ainsi, il résulte de l'inévitable sondage d'opinion auquel le mensuel s'est livré, avec l'aide de l'Institut Ipsos, sur les prévisions des lecteurs pour l'an 2000, que 56 % d'entre eux contre 37 % et 7 % qui ne se prononcent pas, estiment qu'il y aura alors un récepteur de TV par personne y compris pour les enfants ; même si 74 % contre 15 % et 11 % de sans opinion pensent que ce ne serait pas souhaitable. 58 croient que l'on fera ses courses par l'utilisation du Minitel (58 % ne le souhaiteraient pas). 60 % estiment qu'il y aura un accident nucléaire qui aura des conséquences sur notre vie (93 ne le souhaitent pas). 76 % croient qu'il n'y aura plus d'argent liquide, mais seulement des chèques et des cartes de paiement magnétiques ; 63 % sont presque certains qu'on travaillera de plus en plus à domicile et moins dans les bureaux, à cause de l'informatique et de la télématique. L'opinion est divisée au sujet de l'intérêt de ces deux dernières prévisions. Ces résultats ne sont pas neutres vis-à-vis des possibilités d'instaurer une économie distributive qui devrait satisfaire les besoins ainsi exprimés ou prévus.

Ralph Nader écrit : "Actuellement la mesure du progrès économique est presque entièrement le fait de la vente... Par exemple, la progression des ventes de l'industrie pharmaceutique nous renseigne sur son chiffre d'affaires, mais ne nous dit pas grand-chose sur la progression ou la régression de la santé publique et du pouvoir d'achat qui en résultent.." et "Vue sous l'angle des acheteurs, la science économique exige innovation et participation populaire, afin de rééquilibrer un pouvoir actuellement si favorable aux multinationales, aux oligopoles et aux monopoles d'Etat". "...Aux Etats-Unis les consommateurs se groupent pour négocier des contrats plus avantageux, maximiser leur pouvoir d'action contre les grands constructeurs d'automobiles et contester les tarifs excessifs de gaz, d'électricité ou de téléphone". Il conclut ainsi : "Le nouveau mouvement consommateur invite les esprits et les organisateurs les plus brillants à reformuler l'économie politique, en ayant pour objectifs la protection

de l'environnement, le recul de la pauvreté et la satisfaction des besoins et des souhaits du public". Citons également cette phrase de l'avocat des consommateurs : "La mesure du progrès économique ne doit pas se faire seulement en termes de quantité de production et de taux d'emploi. Il y a aussi la qualité et l'impact des produits auprès des utilisateurs".

LA NOURRITURE

Un autre article fait le point sur la révolution alimentaire qui se prépare : légumes colorés ou goûts obtenus par manipulations génétiques, améliorations des espèces de fruits grâce aux recherches de l'INRA (1), nouvelles présentations d'aliments, méthodes de conservation différentes (cuisson, extrusion, cracking, ionisation, ultrafiltration, etc...), viandes végétales ou restructurées, etc... Le rédacteur désacralise l'aliment soi-disant naturel en précisant que 70 % de la nourriture actuelle passe au moins à un moment par l'industrie de transformation. Ce taux sera de 90 % à la fin du siècle. Pour ceux qui seraient effrayés au sujet de l'envahissement de notre nourriture par les produits "chimiques", qu'ils sachent que sur terre tout est, sinon de synthèse, mais chimique. Exemple le chlorure de sodium : ClNa ou sel de cuisine. La "viande" végétale, par exemple, permettrait d'éviter le gaspillage planétaire qui oblige à utiliser plusieurs calories végétales (fourrages) pour obtenir une calorie animale (viande ou lait).

Dans une contribution intitulée "Soyons ambitieux" Michel Rocard ajoute que "...le choix d'une nouvelle gamme de produits, la politique des prix, les critères de qualité, la nature des services rendus (notamment dans l'après-vente, le marketing) ne peuvent plus être décidés sans tenir compte de ce qui est la finalité même de toute activité économique : la satisfaction des besoins des consommateurs...". Il croit que les associations de clients devront se développer et disposer des moyens matériels et techniques nécessaires "ce qui sera créateur de nombreux emplois d'économistes, de juristes et de techniciens". Nous précisons que ces "nombreux emplois" seront en nombre limité au regard de ceux qui seront supprimés par ailleurs.

Toujours cette idée fixe chez les responsables politiques de créer des emplois alors qu'il convient d'abord de satisfaire des besoins.

(Suite au prochain numéro)

(1) INRA : Institut National de la Recherche Agronomique.