

Rencontre avec des experts de la consommation responsable

De votre point de vue, qu'est-ce qu'un consommateur responsable?



Res Witschi

Equipe Corporate Responsibility, Swisscom

C'est un client dont les préoccupations ne sont pas limitées qu'au prix et aux fonctions clés d'un produit. Lors de l'achat, l'impact de la fabrication sur les personnes et l'environnement, la consommation d'énergie du produit ou les déchets sont pris en compte. De plus, les effets sur sa propre santé et son bien-être sont considérés par le client responsable.

Comment contribuez-vous à la consommation responsable?

Swisscom propose à ses clients le label «Together we can increase sustainability», qui offre une vraie valeur ajoutée. Par exemple, l'aspect économie d'énergie de notre TV box qui consomme beaucoup moins que les TV box similaires. Il y a aussi les fonctionnalités de protection de l'enfant qui permettent de paramétrer à la fois le contenu et les plages horaires pour l'accès à Internet des différents équipements du ménage. Un troisième exemple est le Fairphone 2.0, qui est disponible dans nos canaux en ligne depuis le printemps 2016.

Pensez-vous que les consommateurs suisses sont sensibles à ce sujet?

Je pense qu'en raison du niveau de vie élevé en Suisse, il est plus facile pour les clients d'aborder la consommation responsable. Les connaissances sur ce qui est bon pour la société, pour l'environnement et sa propre santé sont assez élevées. Cela ne veut pas forcément dire que les consommateurs agissent en conséquence. D'autres facteurs comme des symboles statutaires, de routine ou de confort peuvent créer un fossé entre la connaissance et l'action.

D'après vous, quels sont les éléments sur lesquels se concentrer pour le futur?

Le défi de la consommation responsable est que les avantages personnels sont plus importants que ceux des personnes éloignées ou de l'environnement. Nous devons rendre les avantages d'un produit durable plus visibles pour le client en lui montrant par exemple la contribution à une meilleure santé, des économies de coûts ou même une conscience tranquille.



Jean-François Bollomet

Expert en consommation

Un consommateur responsable, c'est un mec comme moi. Je trie mes déchets donc je vais sauver la planète! Sinon, dans mes grands jours d'humanisme, je réfléchis aussi au moment de l'achat en me demandant si j'ai vraiment besoin de céder à chaque piège que nos amis du marketing nous tendent. Mais ce n'est pas toujours facile car ils sont très forts, il faut le reconnaître.

Je vis normalement, comme tout le monde. Dès que je vois une publicité pour un truc dont je n'ai absolument pas besoin, j'en achète un paquet de 3. Ça reste dans mes tiroirs pendant 2-3 mois et après, je jette tout. Je consomme car ma vie est pourrie et que le seul moyen que j'ai de me faire valoir en société, c'est de montrer que j'ai les moyens. Mais je trie... quand même! Sinon, je me ruinerais avec cette taxe au sac!

Mais oui, ils sont sensibles à ce sujet; nous sommes les champions du tri, non?! Tout le monde regarde le film Demain et se dit «oh ouaiiiiis, faudrait qu'on change le monde» et après, hop, on va faire un peu de shopping, acheter des fringues qu'on portera une fois dans notre vie, on passe au fastfood, on rentre à la maison pour regarder des conneries sur le Net et on finit par acheter 2-3 gadgets à la con sur la Toile.

Je crois beaucoup aux nouvelles technologies et je pense que nous pouvons continuer à consommer sans réfléchir. Et si notre chère Terre devenait inhabitable, les plus riches d'entre nous iront sur une autre planète pour débiter une nouvelle civilisation. Personnellement, je suis prêt pour ce voyage; il me manque juste le billet. Pour ceux qui seraient intéressés, j'ai des potes à la NASA; alors on en parle sur Facebook.

