

Consumo sostenible: promover una economía sobria para pasar de la concienciación a la acción

ALAIN BAZOT, JULIE MARSAUD Y MARIE-HÉLÈNE MEYLING

Ante el imperativo de la transición ecológica, el Primer Ministro ha pedido al CESE que estudie los cambios necesarios en nuestros modelos de consumo, la manera de conciliar estos cambios con los objetivos de la reindustrialización y el papel de la publicidad.

Para el CESE, a pesar del aumento de la conciencia medioambiental, nuestros modos de vida no son sostenibles en lo que respecta a los «límites planetarios». Paradójicamente, el marketing y la publicidad fomentan el consumo, incluso el consumo excesivo. El consumo sostenible requiere una oferta sostenible y financieramente accesible. Ante la emergencia ecológica y la necesidad de justicia social, sólo una economía más sobria, que sitúe el medio ambiente y al ser humano en el centro del sistema productivo, podrá permitirnos cumplir los compromisos adquiridos en el Acuerdo de París sobre el clima.

3

planetas

Harían falta casi tres planetas si toda la humanidad viviera como la población de nuestro país.

Fuente:
Global Footprint
Network/WWF
Francia

PREGUNTA

¿CÓMO CONSUMIR MENOS Y MEJOR?

El CESE ha sopesado acciones en las que participen todas las partes interesadas (empresas - el lado de la oferta - consumidores - acto de demanda/compra, responsables de la toma de decisiones, productores de la norma) a escala europea, nacional y territorial. Las herramientas desplegadas deberán encontrar el equilibrio adecuado entre información, incentivos, regulación, apoyo técnico

y financiero, fiscalidad y mecanismos de redistribución, formación y educación. El CESE propone aplicar un enfoque gradual de las medidas, utilizando distintos resortes:

- Mejor información e incentivos para los consumidores;
- Una regulación independiente de la publicidad y la movilización de sus competencias para promover una sociedad del

bienestar que respete los límites planetarios;

→ Apoyo a la transformación de los modelos productivos hacia la economía circular, con especial énfasis en los sectores de la reparación y la reutilización.

En opinión del CESE, estos cambios deben convertirse en sistémicos, como parte de un proceso de planificación y debate democrático sobre el modelo de sociedad hacia el que debemos avanzar.

Consumo sostenible: promover una economía sobria para pasar de la concienciación a la acción

DICTAMEN

1 CONDICIONES PARA CONSUMIR MENOS Y MEJOR

→ **Sustituir una sociedad de bienes por una sociedad de vínculos:** integrar en las políticas públicas indicadores del buen estado de los ecosistemas, la inclusión social y la solidaridad, el bienestar y la salud.

→ **Dar a los consumidores el poder de consumir mejor**

- Ampliar cuanto antes el experimento de etiquetado medioambiental a los nuevos tipos de productos de consumo y tener en cuenta su impacto en la biodiversidad.

- Promover la sostenibilidad de los productos estudiando la ampliación del periodo de garantía legal

- Aclarar y regular la mención «Fabricado en Francia» para eliminar las afirmaciones confusas, ambiguas o engañosas

- Introducir medidas de incentivo fiscal y tarifario a favor de los bienes y servicios más sostenibles

- Debatar sobre la introducción de cuotas a la importación de productos con una elevada huella medioambiental y sobre la medición de la huella medioambiental de los consumidores.

→ **Regular mejor la publicidad y convertirla en una palanca para la transición ecológica**

- Introducir una regulación más fuerte e independiente de los contenidos ampliando las competencias de la ARCOM

- Ampliar y reforzar el sistema de contratos climáticos

- Crear un fondo, financiado mediante una tasa sobre los presupuestos publicitarios, para campañas de concienciación sobre el impacto del consumo excesivo.

- Prohibir la publicidad de determinados productos con las puntuaciones medioambientales y sanitarias más mediocres

- Proteger a los consumidores de la publicidad en línea (gestión de cookies, bloqueadores de anuncios, etc.)

2 IMPULSAR LA ECONOMÍA DE LA SOBRIEDAD Y DE LOS VÍNCULOS

→ **Apoyar la transformación de los modelos productivos:** apoyar la relocalización industrial y comercial para convertir la necesidad de mejorar la producción y el consumo en una oportunidad

→ **Convertir a Francia en una nación campeona de la «economía de la sobriedad»:** invertir prioritariamente en el ecodiseño, la reutilización, la reparación, el reciclaje y la economía circular. Apoyar a las asociaciones y empresas locales en particular y utilizar la contratación pública como palanca

→ **Apoyarse en los territorios para avanzar hacia una economía de la colaboración y la regeneración:** generalizar las Estrategias regionales para la economía circular, perpetuando los polos territoriales de cooperación económica y fomentando el despliegue de terceros lugares y otros espacios dedicados a la acción.

RELATORES/AS

Alain Bazot

alain.bazot@lecese.fr • 01 44 43 64 04

Presidente honorario de la UFCV-Que choisir, a la que representa en el grupo de No inscritos, forma parte de la comisión Economía y finanzas.

Marie Hélène Meyling

marie-helene.meyling@lecese.fr • 01 44 43 64 07

Alta directiva del sector energético, representante de los asalariados, Marie-Hélène Meyling es miembro del grupo de la CFDT

(Confederación francesa democrática del trabajo).

Forma parte de la Comisión de Medio ambiente y de la Comisión de Economía y finanzas.

Julie Marsaud

Julie.marsaud@lecese.fr • 01 44 43 64 22

Ecóloga forestal - Experta defensora del WWF Francia al que representa en el grupo de Mediar ambiente y naturaleza, Julie Marsaud forma parte de la comisión de Medio ambiente.