

## **Avis adopté**

Séance plénière du 12 juillet 2023

*Consommation durable : favoriser une économie de la sobriété pour passer de la prise de conscience aux actes*

### **Déclaration du groupe CFTC**

Il en est de l'économie comme de ces rivières qui, gonflées par des pluies torrentielles, sortent de leur lit et divaguent emportant tout sur leur passage, causant des dommages à l'humanité et à son environnement. Aucun secteur de l'activité humaine n'échappe à ce fléau et aux catastrophes sociales et environnementales qu'il provoque ou amplifie.

Dans ce contexte, l'indispensable transition vers une économie soucieuse des contraintes environnementales et sociales n'en est pas moins possible, à condition de changer de perspective et de remettre l'économie à sa place, de la ré-encastrent dans le vivant.

Les solutions à mettre en œuvre pour endiguer l'économie ne sauraient être que techniques ; elles doivent s'inscrire dans un projet de société qui place les femmes et les hommes – et leur environnement – au cœur de ses préoccupations.

Si ce projet est de permettre à l'humanité de vivre dans des conditions décentes, il est nécessaire de revoir l'ensemble de nos comportements et de changer de paradigme. Cela consisterait à passer d'une économie dont les ressorts sont la croissance effrénée de la production, de la consommation et l'accumulation, à une économie dont la finalité deviendrait le « plein développement des Hommes » par la satisfaction de leurs besoins fondamentaux dans le respect de leur environnement.

Parce que le présent avis s'inscrit dans cette perspective, la CFTC ne peut que le soutenir, plus particulièrement la préconisation 3 en faveur de la durabilité des produits et un meilleur encadrement des mentions « floues ou ambiguës » sur le Fabriqué en France et la 15 sur les labels.

La CFTC appuie également la préconisation 10 sur la nécessité d'établir un Plan de programmation de l'emploi et des compétences et la 12 sur l'urgence de tout mettre en œuvre pour favoriser l'économie circulaire.

Un regret toutefois : la timidité des propositions concernant l'encadrement de la publicité.

La CFTC a voté en faveur de l'avis.