

**Elle :** Je me lance dans l'aventure. Je veux pouvoir trouver un portable qui répond à tous ces critères.

**Lui :** Bien.

**Elle :** Et puis aussi pouvoir dormir tranquille.

**Lui :** Bien. Je constate que tu n'es pas insensible à ton environnement et donc à ta planète.

**Elle :** Tout ça à cause d'un portable.

**Lui :** S'il n'y en avait qu'un !

**Elle :** Tiens, regarde. Vendre du rêve en dissimulant des cauchemars. Quoi ? Travail des enfants, scandale sanitaire, minerais illégaux.

**Lui :** Oui. Cadences infernales de travail, paie de misère, absence de respect pour les enfants qui descendent dans les mines, en moyenne, un enfant meurt par mois.

**Elle :** Mais c'est affreux.

**Lui :** Tu commences à comprendre. Même si les logiques d'achats responsables se développent, il faut toujours rester attentif.

**Elle :** En plus, c'est valable pour presque toutes les marques. Ah tiens, il y en a une qui semble avoir une politique de recyclage.

**Lui :** Oui, mais elle ne communique pas la liste de ses fournisseurs.

**Elle :** Eh bien, il ne reste plus que celle-là.

**Lui :** Le cynisme laisse penser que les consommateurs n'abandonneront pas de sitôt leurs précieux portables au seul motif que celui-ci s'affranchit un peu trop commodément de ses responsabilités sociétales.

**Elle :** C'est sûr, pas facile de renoncer.

**Lui :** Il ne reste que trois rhinocéros blancs sur Terre.

**Elle :** Et combien de mauvais consommateurs ?

**Lui :** Est-ce que tu as entendu parler de la COP 21 ?

**Elle :** Ah oui, c'est l'histoire du réchauffement climatique.

**Lui :** C'est ça. Ce sont les états qui s'engagent contre le réchauffement climatique dans leur pays et à l'étranger. J'ai suivi le cas du Chili qui est particulièrement intéressant. En fait, la COP 21, c'est un grand événement qui permet de sensibiliser beaucoup de citoyens, mais attention à la bonne lecture des informations.

**Elle :** Oui, mais il y a les ONG pour ça. C'est leur rôle d'alerter. Reprenons les recherches. Écoute, moi je veux bien faire un effort, mais il faut m'aider à m'y retrouver.

**Lui :** Tiens, pour t'aider à t'y retrouver, il existe des labels. Alors, pour les achats responsables, on a Écolabel Européen, NF Environnement, Rainforest, Fair Trade, Demeter, Leaping Bunny, Energy.

**Elle :** Il n'existe pas un annuaire des labels ? Parce que quel manque de clarté et d'affichage. Je trouve ça vraiment compliqué.

**Lui :** C'est vrai que les labels présents sur le marché restent assez flous quant à la qualité sociale et environnementale de leurs produits. Mais ce n'est pas si simple. Est-ce que tu veux un respect de l'environnement ou un respect de la société ? Sur quels critères tu veux agir ?

**Elle :** Je veux tout.

**Lui :** Là, c'est compliqué. C'est difficile pour un produit d'être bon sur tous les plans. Ça, le consommateur peine à le comprendre. Il faut faire des choix.

**Elle :** Mais les labels ne sont pas obligatoires ?

**Lui :** Des démarches sont en cours, mais pas encore sous forme d'une loi. Mais tu sais, c'est aussi au consommateur d'être plus demandeur. En fait, il faudrait une campagne d'information à ce sujet.

**Elle :** Tiens regarde. Label multiétape et multicritère. Je crois que c'est une multiprise de tête.

**Lui :** Regarde, multiétape. Ça veut juste dire que ça prend en compte toutes les étapes. Ce sont les étapes du cycle de vie du produit, ça tu connais déjà. Et multicritère, ça veut dire que ça prend en compte tous les critères, les critères environnementaux.

**Elle :** Et quels sont ces critères ?

**Lui :** Alors, c'est la préservation de la biodiversité, l'utilisation d'énergie, l'utilisation des matières premières, la pollution, qu'elle soit de l'air, de l'eau, des sols, la pollution sonore et le taux de déchets. Et tout ça, c'est l'environnement.

**Elle :** Et pourquoi ces labels mettent autant de temps à se mettre en place ?

**Lui :** En fait, ils ne sont pas encore parfaits. Il faut continuer à les enrichir notamment, avec les données locales. Ce qui est possible maintenant avec le Big Data. Le problème, c'est qu'il y a beaucoup d'enjeux économiques. Et donc, parfois, il faut un scandale pour permettre une prise de conscience de l'opinion publique.

**Elle :** Ah oui, comme l'incident du Rana Plaza, par exemple.

**Lui :** C'est ça. L'effondrement de cet immeuble au Bangladesh a fait 1135 morts. C'était un immeuble qui abritait des ateliers de confection pour des grandes marques de vêtements internationales.

**Elle :** Ça, ce n'est pas très bon pour leur réputation.

**Lui :** Oui. Mais ça a incité les marques à avoir une approche plus éthique et plus durable dans la confection de leurs collections. Et toi, par exemple, quand tu vas au magasin, que tu t'achètes un jean et que tu te rends compte qu'il vient du Bangladesh, est-ce que tu demandes à la vendeuse s'il a été produit dans des conditions éthiques ?

**Elle** : La vendeuse n'en sait rien.

**Lui** : Justement. Si tout le monde lui demandait, elle ferait remonter l'information au responsable de son magasin. Ne t'inquiète pas, tu n'es pas la seule à ne pas demander. Et c'est pour ça qu'il est difficile d'interrompre ce cycle infernal, mais la consom'action peut permettre d'y mettre fin.