

Elle : Revenons à nos moutons ou plutôt à ne plus se comporter en mouton.

Lui : Oui, ton travail, ton directeur, ton portable.

Elle : Oui, je ne vais plus acheter mécaniquement maintenant que je fais partie de la catégorie des avertis.

Lui : Bien.

Elle : Seulement, ça n'a pas l'air d'être simple de trouver un portable qui répond à tous ces critères apparemment. Une question. Si ce modèle de société de consommation touche à sa fin, ou du moins le devrait, quel autre modèle adopter ?

Lui : Tu te souviens, au début de notre conversation, on parlait d'achat d'usage.

Elle : Oui, c'est je peux changer mon portable pour un plus récent quand je veux, c'est ça.

Lui : C'est une des bases de l'économie de fonctionnalité, c'est-à-dire qu'on n'achète plus un produit, mais uniquement l'accès à ses fonctions d'usage.

Elle : Il faut renoncer à l'idée d'être propriétaire.

Lui : Oui, en envisageant ton portable uniquement sous l'angle des fonctions qu'il te permet de remplir. C'est à toi de cibler uniquement celles qui te sont nécessaires et d'acheter que celles-ci.

Elle : Oui c'est ça, et puis quand je ne l'utilise plus, je le rends au producteur qui en est toujours propriétaire, qui peut le remettre en route. Ainsi, il a intérêt à ce que le portable soit le plus durable possible. C'est vraiment génial parce que je n'ai plus peur de casser mon portable. Il ne finira plus au fond de mon sac. Et donc, il pourra poursuivre son cycle de vie.

Lui : Et en plus, ça change la relation entre le producteur et ses produits.

Elle : Oui.

Lui : Mais ça change aussi la relation entre le producteur et ses clients.

Elle : Pourquoi ?

Lui : Dans la société de consommation, le producteur est créateur de valeur et le client destructeur de valeur. Tu me suis ?

Elle : Jusque-là, oui.

Lui : Avec l'économie de fonctionnalité, le producteur devient fournisseur de valeur et le client utilisateur de valeur.

Elle : En quoi ça change la relation ?

Lui : La fonction se doit d'être constamment remplie et la valeur continuellement fournit.

Elle : Ah d'accord. Est-ce que ça a un impact sur le prix ?

Lui : Aujourd'hui, le producteur veut vendre au prix le plus haut et le client veut acheter au prix le plus bas, n'est-ce pas ?

Elle : Oui, c'est ça.

Lui : L'économie de fonctionnalité instaure une relation contractuelle. Le producteur devient un prestataire qui cherche à satisfaire au mieux les exigences des clients.

Elle : Et là, ainsi, tout le monde est gagnant et la planète reste chouette.

Lui : La production n'est plus envisagée comme le seul moyen de créer des richesses et des flux de ressources.

Elle : Voilà, c'est un autre mode de consommation.

Lui : Le nouvel objectif économique, selon Staël, est de créer la valeur d'usage la plus élevée possible pendant le plus longtemps possible et ce en utilisant le moins de matières premières et d'énergie possible.

Elle : Je vois. Et ça, c'est valable pour tout ?

Lui : Presque pour tous les produits.

Elle : C'est super, j'ai compris. Par contre, je les trouve où mes usages maintenant ?

Lui : Pour l'instant, on manque encore de telles offres, mais c'est aux consommateurs d'être plus demandeurs, des offres plus adaptées à nos besoins, avec une qualité sociale et environnementale. Et crois-moi, ça va nous coûter moins cher aussi. Il est vrai que pour les entreprises, ça nécessite de revoir leur modèle d'affaires, mais c'est pour le bénéfice de tous.

Elle : Ah c'est beau. Ah si j'avais su qu'en cassant mon portable, j'allais changer ma vision des choses.

Lui : Ça me fait plaisir que tu dises ça.

Elle : Et pourquoi on met autant de temps à aller dans cette mutation ?

Lui : Ces changements prennent du temps. Tu vois, pour toi, ça a pris du temps. Faire évoluer les mentalités, amener à une prise de conscience, changer les habitudes, tout ça pour protéger notre planète et vivre mieux autrement.