

Les ados et la conso... **bientôt responsables?**

Consommateurs actifs, les ados sont visés par des sites Internet qui ont pour objectif de les sensibiliser aux pratiques de consommation durables. Par Emilie Drugeon

Une armoire débordante, un reste de repas sur le lit, un ordinateur, une guitare... Bienvenue dans la chambre d'une jeune adolescente lyonnaise, matérialisée sur maconsomaplanete-lyon.com. Thématique jusqu'à présent délaissée par les institutions scolaires, la sensibilisation des adolescents à la consommation responsable (mais aussi à la responsabilisation de leur consommation), a aujourd'hui pris possession d'Internet, leur média privilégié. « Les ados ont été laissés pour compte au profit du jeune public de primaire, alors qu'ils étaient bien plus à même de comprendre les

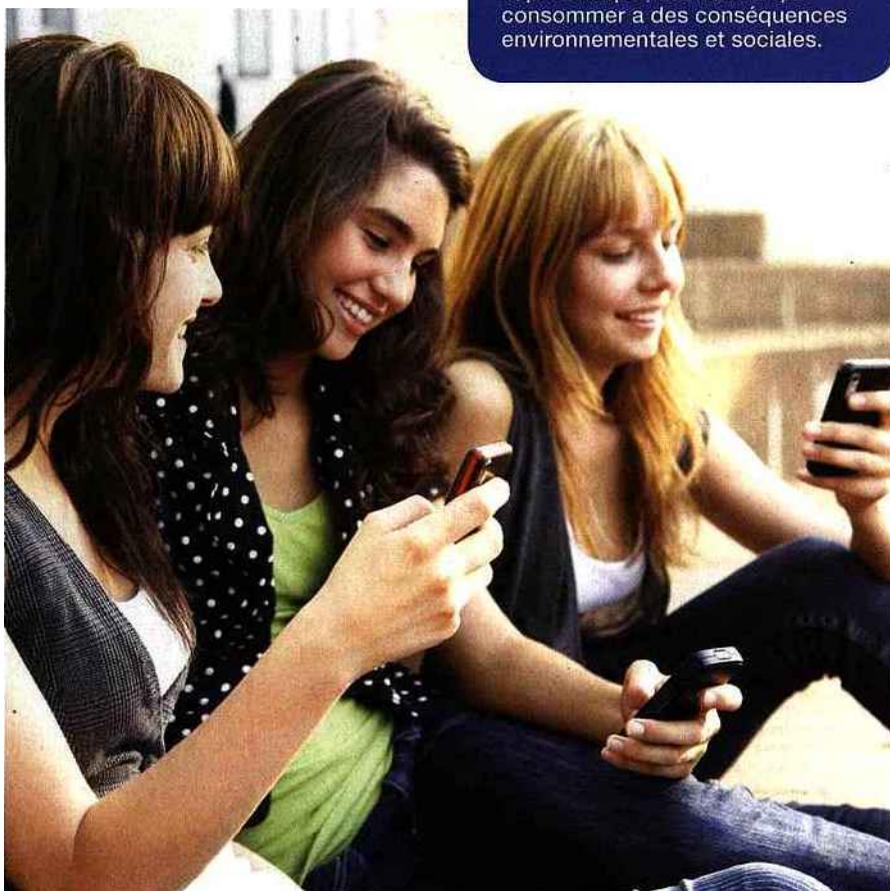
enjeux, indique Florence Clément, chargée de l'information jeune et grand public à l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). Mais depuis deux ans, les programmes scolaires ont beaucoup évolué et les adolescents ont besoin d'outils pédagogiques adaptés à ces thématiques ».

Aujourd'hui, de nombreux protagonistes veulent favoriser l'émergence d'une conscience écologique des jeunes : accompagner leurs comportements d'achat, développer leur esprit critique, démontrer que consommer a des conséquences environnementales et sociales.

Depuis octobre 2010, la plateforme maconso.maplanete-lyon.com (qui connaît aussi une édition nationale), s'adresse exclusivement aux jeunes et les invite à repenser leurs modes de vie : « [consommateur responsable], tu veux l'être toi aussi? Rien de plus simple que d'être acteur en ayant recours [aux] commerces et services labellisés de la ville (le label "Lyon, ville équitable et durable", NDLR) qui te permettent d'être plus solidaire et plus éthique dans tes choix de consommation. »

Locavores en herbe

Des solutions et des produits locaux, ce sont justement les plus brigués par les jeunes, selon une étude⁽¹⁾ de l'Institut national de la consommation (INC). Contrairement aux produits bio par exemple, dont ils déplorent les prix. Une autre enquête de l'Institut Médiascopie pour l'Ademe a porté sur les « 150 mots de l'environnement jugés par les 15-18 ans ». *Consommer moins* ou *consommer autrement* constituent les meilleures pistes pour changer leurs comportements de conso. Car à bien y réfléchir, avec parfois plus de 1000 € d'argent de poche par an, les adolescents ont désormais un réel pouvoir d'achat et surtout, « représentent une cible charnière puisqu'ils acquièrent des habitudes de consommation », comme le souligne Nicolas Borde de Coop alternatives, cocréateur du site. Acheteurs mais aussi prescripteurs, ils construisent les grandes lignes de la consommation de demain. « Cette population est difficile à mobiliser sur les thématiques DD. Ils n'ont pas forcément envie de se poser des questions sur l'impact de leurs actes », regrette Nicolas Borde. C'est aussi ce qu'affirme Florence Clément, instigatrice du site Mtaterre.fr : « Ils ne veulent pas se sentir responsables des problèmes générés par leurs prédécesseurs, d'autant qu'ils envisagent la consommation comme une satisfaction personnelle, à l'instar du modèle laissé par leurs parents. Au final, il y a un fossé entre leur prise de conscience et l'envie d'agir. » Il



77% des jeunes classent le développement durable dans la catégorie des sujets d'actu "géniaux"

reste ainsi beaucoup à faire pour les sensibiliser à la cause, même si 77% d'entre eux⁽¹⁾ classent le développement durable dans la catégorie des sujets d'actu «géniaux»!

Mieux cerner leurs attentes

Pour interpeller les ados et mieux cerner leurs attentes, maconso-maplanete.com a travaillé en collaboration avec un comité éditorial de cinq jeunes, dit la Green Team. Sur Mtaterre.fr, c'est aussi un groupe de jeunes qui est à l'origine du nom du site, du graphisme, des animations et de la vocation double du contenu : infos conso et outils pédagogiques pour les exposés scolaires. Autre création collaborative, la Web-série interactive la-koloc.com, portée par l'association Le Temps Presse, la société Le Vent Tourne et soutenue par la Mairie de Paris et l'Ademe. La conceptrice Lucie Poirot a également privilégié une démarche pédagogique, « en associant les destinataires du projet à sa conception ». Débats filmés, choix des comédiens, questionnaires pour chaque lancement d'épisode, etc. : des séances de travail organisées avec l'Association nationale des conseils d'enfants et de jeunes (ANACEJ). Elaborée comme une série télé, la-koloc.com fait du spectateur un acteur en proposant des « arrêts sur image ».⁽²⁾

Ctaconso.fr, autre portail d'information consumériste à destination des adolescents, a lui, été conçu comme un programme vidéo animé par deux comédiens. En ligne depuis six ans, le site proposera une rubrique entièrement consacrée à l'écologie d'ici fin 2012⁽³⁾. Avec pour objectif, que les jeunes s'aventurent de bonne grâce dans une démarche responsable. ●

(1) « Où va l'éducation à la consommation », dossier de la revue *Vers l'Education nouvelle*, mars 2010.

(2) L'épisode 2 est consacré à la conso responsable.

(3) Ctaconso.fr a aussi mis en place le concours Jeunes testeurs (supervisé par Christophe Bernès, chef de projet Education-formation-Europe à l'INC), pour éveiller l'esprit critique des collégiens et lycéens sur les produits et services de grande consommation.