

Consommation : il faut savoir que ce que l'on veut



Loïc Henaff
dirige la marque
à la célèbre
boîte bleue

que abstrait comme les cours de macroéconomie peuvent parfois l'être.

Cependant, ce n'est que lorsque l'emploi d'un parent, d'un ami, d'un voisin se trouve menacé que l'on se rend compte que non seulement c'est un savoir-faire - parfois une histoire - qui va disparaître, mais que l'usine ou l'atelier voire le magasin en question est aussi non seulement un lieu de création de richesse, de valeur ajoutée, mais aussi lui-même un acheteur de matières premières, de services, d'outillage, ou de travaux auprès d'artisans locaux...

On se rend toujours compte trop tard que « l'usine du village », pour rendre l'idée compréhensible, est à la fois le premier employeur mais aussi le premier client d'une écono-

mie locale, sans parler des achats des salariés.

Alors il faut savoir ce que l'on veut et assumer ses choix et surtout ses contradictions. Consommer local revient à flécher la création de richesse autour de soi et contribue à la dynamique économique de son territoire. Bien sûr, il y a un préalable : que les produits et services soient à la hauteur de nos attentes, de nos exigences de consommateur du XXI^e siècle ! La médiocrité, même locale, reste de la médiocrité.

« Produit en Bretagne » nous invite dans tous nos achats quotidiens à cette réflexion fondamentale pour l'avenir de notre région, des emplois de nos enfants. Consommer est un acte engageant et doit être un acte de citoyen, en conscience.

Dans le contexte économique actuel, durablement difficile, le renouveau de l'appareil productif de la Bretagne n'est pas pour un futur immédiat. Nous le savons. Nous nous cachons par contre trop souvent derrière notre petit doigt en imaginant que nos actes d'achat quotidiens seraient sans réel impact sur l'économie productive de la région. C'est tout le contraire.

L'économie circulaire de proximité est peut-être un concept économi-