

Croissance ou simplicité volontaire

Moins de biens et plus de liens

Devant les modifications climatiques dues aux rejets de plus en plus grands de CO₂ dans l'atmosphère et la production accrue de biens de consommation dans le monde qui met en péril notre maison Terre et tous ses habitants, se pose la question de "comment changer de cap" ?

Interview réalisée par Patrick Olczyk et publiée dans le magazine Ici & Maintenant, zen et écologie.

Ici & Maintenant n°18 disponible
Rue Louvrex, 8
4000 Liège 0477 25 59 74

Dossier pour le n°19 sur la simplicité volontaire en préparation.

Ici & Maintenant : Le numéro de Science et Vie de janvier 2006 a sa couverture sur le thème : «Climat : emballement et ruptures». On y démontre que l'année 2005 est l'année de tous les records battus au niveau du climat et de ses conséquences. En même temps, tous les jours, les médias nous parlent des problèmes économiques et de la nécessité de la croissance pour notre bien-être. La croissance économique est-elle une bonne solution ?

Dominique : Non. La solution par la croissance économique postule que le système économique est à même, par ses propres ressources, de générer des solutions aux problèmes qu'il a, lui-même, créés. Historiquement, il n'y aurait aucun exemple où le système économique se serait auto-contrôlé. Le terme et la logique même de la croissance postulent une évolution infinie sur le mode « plus » alors que les signaux écologiques témoignent de désastres causés par des excès. La croissance dont il est question, est économique et ne porte jamais en priorité et de manière désintéressée, sur des solutions aux problèmes de perturbation du climat, de raréfaction des ressources ou de l'inéquité entre les habitants de la planète. Le système économique ne vise pas la recherche de solutions et il est dans une logique qui ne peut se fixer ses propres limites. Ce sont des événements extérieurs comme le climat qui nous fixent les limites. La croissance économique est la cause des problèmes.

Ezio : Si le climat change, cela entraînera certainement de sérieuses difficultés économiques. Les perturbations climatiques comme le cyclone Katrina, en Louisiane, ont touché les plateformes pétrolières et ont engendré des perturbations économiques importantes.

Parmi les industriels qui se soucient le plus des conséquences climatiques, on retrouve les responsables des centrales nucléaires.



Dessin : Magazine «La décroissance»

Car pour faire tourner une centrale, on a besoin d'uranium mais aussi d'eau, d'énormément d'eau pour refroidir le cœur de la centrale. Et si le débit d'eau devient trop faible, il faut fermer la centrale. Sauf qu'on ne peut pas arrêter l'activité d'une centrale nucléaire comme cela. C'est un énorme problème. Plusieurs régions de France connaissent, depuis quelques années, des périodes de sécheresse de plus en plus marquées et le défi de la France sera de maintenir toujours assez d'eau pour refroidir en permanence ses 50 centrales nucléaires. Tout le monde est donc concerné, même dans nos pays riches.

I&M : Les compagnies d'assurance qui doivent payer les dégâts des conséquences climatiques ont pris conscience des enjeux climatiques. Comment faire pour que cette conscience se développe dans le reste de l'économie qui s'appuie sur une vision à court terme : faire du profit. Va-t-on devoir passer par ce que certains appellent la pédagogie des catastrophes pour que les citoyens comprennent ce qui se passe ?

Dom. : Un exemple : L'Europe a connu en 2003, une canicule très importante... et il n'y a jamais eu autant de publicités pour et de vente de conditionnements d'air ! Pour une grande partie de la population et dans certaines niches industrielles, ce que nous appelons la fuite en avant technologique est vécue comme une

solution. Si l'évidence des changements climatiques est là, pour certains, les solutions techniques sont possibles. A contrario, pour les compagnies d'assurance, les dégâts sont là. La seule chose qu'on leur demande, c'est d'honorer la facture. Certains pensent que c'est à force de voir se répéter des catastrophes de plus en plus nombreuses, destructrices et incontrôlables, qu'émergeront les doutes dans cette toute puissance de la science et dans la capacité humaine à «corriger» les lois de la nature. Actuellement, cette analyse est malheureusement

assez pertinente. Elle souligne l'ampleur d'un danger catastrophique qui consisterait à ne se «réveiller» que lorsque les phénomènes climatiques perturberont tant de systèmes (logement, cultures, approvisionnement énergétique...) que l'ensemble de la vie sera définitivement une préoccupation prioritaire et de tous les instants.

I&M : Cela me fait penser aux systèmes d'alarme qu'on installe pour répondre à l'insécurité et qui «crée» de l'emploi, de la richesse. Le nombre de

Ezio Gandin est un Ami de la Terre (AT) de la régionale de Liège depuis 7-8 ans. *« J'ai une formation de base scientifique et j'ai découvert l'écologie assez tard. Au départ de mon engagement aux AT, il y avait un vif intérêt pour tout ce qui concernait la gestion domestique de l'eau parce qu'à ce moment là, j'étais impliqué dans un projet d'éco-village. La gestion durable de l'eau était un des aspects centraux de ce projet : de l'utilisation maximale de l'eau de pluie à la gestion des eaux usées. »*

Dominique est un Ami de la Terre depuis 5 ans, interpellé par la réflexion globale et de principe sur l'écologie et sur des pratiques au quotidien, tout à fait pragmatiques !

Depuis 3 ans, Ezio et Dominique se sont intéressés à la décroissance économique soutenable (DES) et à la simplicité volontaire (SV) sur base de documents publiés, au départ, dans la revue française S!lence. *« Le concept de DES nous a directement fortement interpellés et nous avons voulu examiner au sein d'un groupe de réflexion si cela correspondait bien aux valeurs que notre mouvement défendait. Ensuite nous avons très vite intégré dans cette réflexion la simplicité volontaire, qui est une des manières de décliner au niveau individuel la décroissance économique soutenable. Très récemment, nous avons voulu concrétiser toutes ces lectures et discussions en allant vers la pratique, en suivant la voie que nos amis canadiens et québécois ont ouverte par la création de groupes de pratique de S.V. Cela fait maintenant un an que nous allons vers nos membres et le grand public avec ces 2 concepts. Le retour est très bon : actuellement une dizaine de groupes autonomes de SV sont constitués en région wallonne et ce nombre pourrait rapidement augmenter. »*



Dessin : Magazine «La décroissance»

dépressions augmente, donc aussi la quantité d'anti-dépresseurs vendus. Cela fait tourner les pharmacies, les hôpitaux... C'est identique pour les divorces... D'un côté, on pourrait en conclure que ces faits augmentent la richesse du pays et que les gens sont plus heureux, ce qui est absurde. Ce n'est pas cela le bonheur. Pourtant, cela a créé de l'emploi. De l'autre côté, si le nombre de divorces, de dépressions ou de délinquants diminuent, la conséquence est de créer du chômage. Mais la qualité de vie ne serait-elle pas meilleure ? C'est une autre logique...

Ezio : Tout à fait. On entre dans une logique où le bonheur n'est pas au bout du travail ou de la consommation. On travaille actuellement plus, pas uniquement pour payer les pensions, mais parce qu'on consomme de plus en plus. Si l'on veut renouveler son GSM tous les 6 mois, son ordinateur tous les ans..., cela coûte de l'argent. Et l'argent, pour la majorité d'entre nous, c'est du temps de travail et donc de vie. Nous devons nous poser la question de ce que nous voulons faire de notre temps de vie en terme de valeurs : « quelles sont

les valeurs que nous voulons mettre en avant dans notre vie ? ». Si nous voulons consommer plus, nous devons toujours travailler plus. Si nous choisissons de consommer moins en toute conscience, cela ne sera pas vécu comme une privation personnelle, comme une exclusion sociale. C'est un acte ou plutôt un non-acte fort, par lequel nous marquons notre indépendance par rapport au système actuel et à l'idéologie économique dominante. Nous reprenons notre statut de citoyen et abandonnons celui de consommateur. Faire le choix de ne pas acheter, c'est aussi le meilleur moyen de retrouver du temps à consacrer aux choses de la vie qu'on estime vraiment importantes.

I&M : 80% des humains vivent sans frigo, sans auto, sans TV; 91 % n'ont jamais pris l'avion. Comment arriver à faire prendre conscience aux habitants des pays occidentaux qu'il est nécessaire de voir le monde avec d'autres lunettes que celles basées sur la société de consommation (égoïsme, individualisme,...) et qui sont néfastes pour la planète, d'autant plus que la Chine et l'Inde se mettent à imiter l'oc-

cident ?

Dom : Jean-Pierre Dupuis (philosophe français, ancien disciple de Ivan Illich) dit : « le problème est que nous ne croyons pas en ce que nous savons ». Comment faire prendre conscience qu'il y a absolue nécessité de faire suivre la conscience par des actes cohérents ? Pour l'immense majorité de la population, l'évolution du climat, les déséquilibres planétaires,... sont des notions connues: on ne peut pas dire qu'on ne le sait pas ! Toute la difficulté est, pour chacun de nous, de nous faire croire et agir conformément à ce que nous savons.

I&M : Et en tirer les conséquences...

Dom : Et là, on est dans l'ordre de la métaphysique, à savoir, proposer un nouveau paradigme. L'économie, qui guide l'essentiel de nos repères « culturels », ne nous donne pas une bonne vision de ce qu'est une vie humaine ni ce qu'est la vie en société, ni ce qu'est le fonctionnement de la planète Terre. Il faut changer de mode de pensée ou suivant l'expression de Serge Latouche, il faut sortir de l'économie !

I&M : Autrement dit, une nouvelle manière de voir le monde, voir le monde avec une autre grille de lecture, avec d'autres lunettes. Cela rejoint l'analyse des Créatifs Culturels (voir n°12).

Dom : En tout cas pas avec celle de Nicolas Hulot qui se dédouane d'une réflexion profonde en se disant que par ces similis explorateurs, on va voir ce qui se passe ailleurs. Avec cela, on ne change pas notre grille de lecture.

Ezio : Pour le climat, certains entretiennent encore le doute dans la population, en avançant des arguments souvent fantaisistes qui renforcent notre passivité – l'agréable attitude de l'autruche – et alimentent notre confiance absolue dans la science qui va tout solutionner sans rien nous demander. Pourtant, pratiquement tous les climatologues

reconnaissent que le CO2 que l'on rejette dans l'atmosphère en raison des activités humaines est le responsable majeur des changements climatiques via le réchauffement global de notre planète.

Prenons une autre problématique comme la qualité de l'air. Aujourd'hui, même l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé) dit clairement dans ses rapports que, dans les pays occidentaux, la pollution de l'air est telle que la durée de vie est réduite de 1 an à 3 ans, suivant les régions. Une grande partie de ces polluants viennent des transports, de notre auto. On le sait et la médecine est d'accord. Malgré cela, il n'y a pas de vraie prise de conscience, pas de décisions politiques fortes. On annonce que l'on va placer des filtres à particules. Et pour satisfaire les industriels, on mettra ces filtres dans les véhicules neufs seulement à partir de 2010. Tout le monde accepte ainsi que notre vie soit réduite. On estime qu'on ne peut pas changer notre mode de vie, qu'on ne peut pas toucher à la voiture et à toute la mythologie qui y est associée. On doit se poser la question : « Pourquoi accepte-t-on la réduction de la qualité et de la durée de nos vies ainsi que de celles de nos enfants? ».

I&M : La société de consommation est vécue comme un moyen d'accéder au bonheur et aller à l'encontre de cela semble difficile. Pourquoi avons-nous besoin de trouver dans la société de consommation un bonheur que nous ne trouvons pas en nous ?

Dom : Nous sommes formatés pour le progrès, l'inéluctable évolution des choses. Et l'idée de changer de cap est présenté et perçu comme une position rétrograde qui n'est pas dans l'ordre naturel de l'évolution des choses. Suivant l'analyse de François Brune, ce formatage est tellement puissant que nous sommes incapables de risquer l'autonomie et la confiance en soi, che-

mins en partie solitaires, et que nous nous réfugions alors dans un mimétisme de masse que la publicité notamment exploite « à fond » !

Ezio : Pourquoi est-on tellement attaché à la société de consommation ? Comme tu le dis, on consomme pour le plaisir, pour être bien, pour être heureux. La croyance dans ce lien « naturel » entre la consommation et le bien-être s'est renforcé ces dernières années parce que nous sommes engagés dans un processus d'individualisation de la société avec une arme redoutable qui s'insinue partout, la publicité.

L'industrialisation, la priorité donnée à l'individu, le matérialisme, ont largement contribué à faire éclater les groupes, les «familles» ; à isoler l'homme de la nature, du ciel et des autres. L'homme se retrouve seul, coupé du spirituel et des autres hommes. Pour remplir tout ce vide, notre société lui offre la consommation, source permanente de plaisirs immédiats garantis à vie par la publicité.

Il est nécessaire de faire le chemin inverse : remplacer la consommation par quelque chose qui amène au moins autant de plaisir, de plaisir durable. Le défi est de sortir des faux plaisirs de la consommation. Comment faire ? Suivre l'approche spirituelle proposée par le zen ou l'approche écologique de la société et des relations entre les hommes et les femmes : cela dépend du chemin et de la sensibilité de chacun, de chacune.

I&M : Ne faudrait-il pas lier les deux ? Le changement intérieur est lié à un changement extérieur et inversément. Les différentes expériences historiques qui ont voulu seulement changé la société ont échoué.

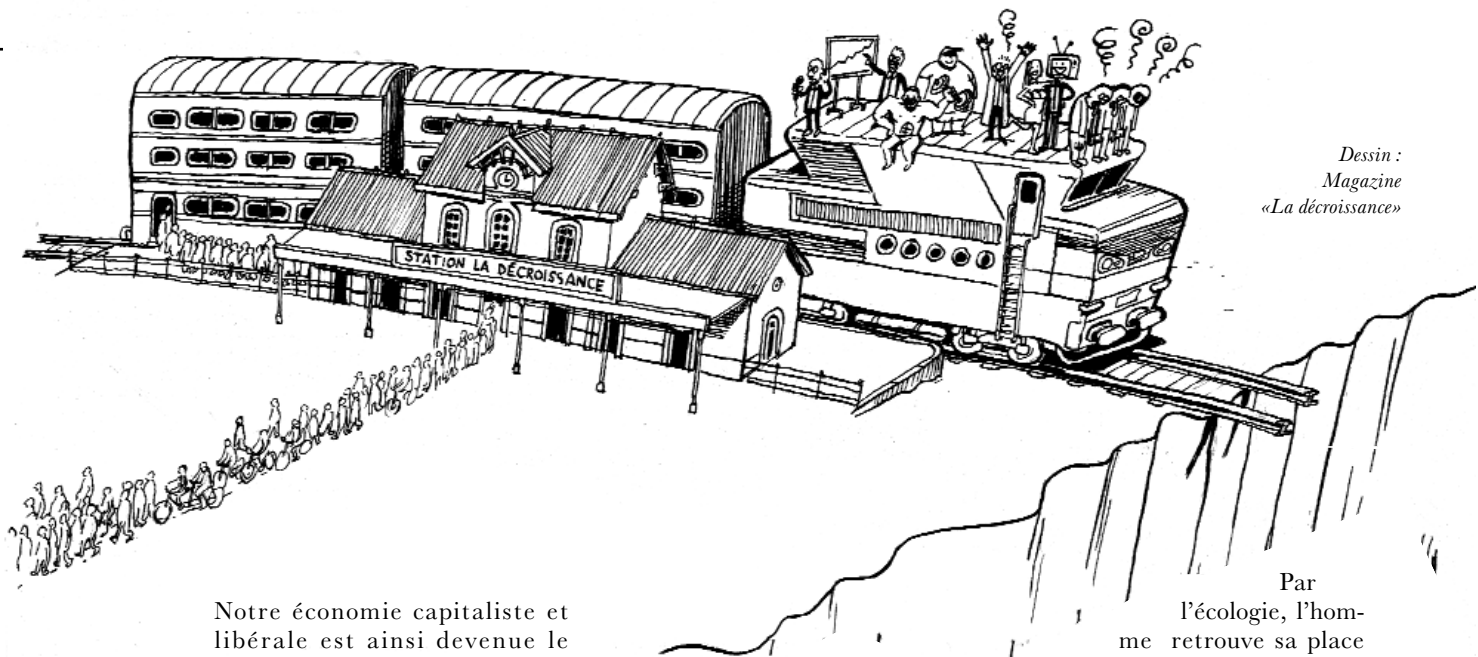
Ezio : Même les partis écologistes, qui ont largement contribué à l'intégration de la dimension écologique dans les choix de notre société, ont aujourd'hui intégré le système. Comme les autres, ils soutiennent la croissance économique parce toutes les politiques environnementales, sociales, tout notre bonheur y seraient liés. Le bien-être devient ainsi le fruit de la consommation! Tant que nous n'aurons pas, chacun, décolonisé notre imaginaire –la croissance économique n'égalise pas bien-être et bonheur– rien ne changera et surtout pas les choix de nos représentants politiques.

I&M : Pourtant un économiste comme Serge Latouche nous dit que « la décroissance n'est pas un idéal, mais une nécessité ».*

Ezio : Tout à fait. L'économie devrait être au service du bien-être du plus grand nombre. Actuellement, le système économique avec sa recherche permanente de compétitivité, avec la globalisation et la marchandisation est la cause principale du mal-être. Ce système nous met en conflit avec notre environnement qui, au final, aura le dernier mot car nous en dépendons totalement.



Les Amis de la Terre est une association internationale qui s'est créée aux USA à la fin des années 60, d'abord pour s'opposer à la construction des centrales nucléaires. La section belge a été fondée en 1976. Après quelques années, le noyau de base a quitté les Amis de la Terre pour créer le parti Ecolo. *«La reconstruction de notre mouvement s'est faite progressivement avec une importante structure locale et des thèmes forts comme : la biodiversité, la nature au jardin, le refus des élevages industriels puis la gestion domestique de l'eau.»*



Dessin :
Magazine
«La décroissance»

Par

l'écologie, l'homme retrouve sa place dans la mère-nature ; par la spiritualité, l'homme retrouve sa nature profonde. Les deux dimensions sont importantes. En alliant les deux, on pourra peut-être retrouver l'équilibre indispensable pour extraire de son mental ce besoin fou de consommation.

Quand on veut faire passer le message d'une vie plus simple dans une conférence ou dans une discussion, on se demande par quel bout commencer. Ce «vivre autrement » est le plus souvent perçu, au départ, comme une privation, une désocialisation. Comment arriver à modifier notre mode de vie pour vivre mieux en préservant la planète ? Tout va dépendre du vécu de chacun. Certains vont être touchés par les problèmes environnementaux parce qu'ils vivent très mal leur empreinte écologique. Ils sont conscients que leur mode de vie d'aujourd'hui fait que : *«je consomme bien plus que ce à quoi j'ai droit c'est-à-dire que je prends à d'autres, présents ou à venir»*. D'autres visent à développer leur spiritualité, y consacrer plus de temps mais : *«je n'ai pas le temps, parce que je travaille comme un fou, je cours du boulot à mes loisirs... pour quels résultats au final ?»*.

Il faut partir du vécu, de la sensibilité des gens. Ainsi, si nous voulions nous adresser à un public de syndicalistes, de patrons ou d'adolescents, nous devrions clairement modifier notre présentation mais pas le fond du message. Le passage de ce premier niveau collectif vers des niveaux plus larges, fait l'objet de beaucoup de discus-

Notre économie capitaliste et libérale est ainsi devenue le moteur du développement des inégalités sociales chez nous et plus encore dans les pays du Sud; que de souffrance et de haine, au final.

I&M : Et dans nos pays occidentaux, la vente des anti-dépresseurs et le nombre de suicides sont très importants, signe d'un grand mal-être.

Dom : La société va de plus en plus vite : La tyrannie du temps et de l'urgence dépasse la capacité de nombre d'humains. C'est ce qu'on appelle l'effet tourniquet où de plus en plus de personnes glissent sur la bande et sont expédiées à l'extérieur du tourniquet. D'un côté, on tente de mettre des filets sociaux en place et de l'autre, on fait tourner la machine de plus en plus vite.

I&M : Einstein disait : «On ne peut résoudre les problèmes qu'on a créés avec l'aide de la manière de penser qui les a créés». Changer de lunettes pour voir le monde avec un autre regard.*

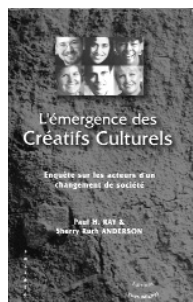
Ezio : Ce n'est pas évident de changer de lunettes, de voir autrement. De plus, nous avons pris l'habitude de nous cacher derrière l'alibi scientifique : «ce n'est pas reconnu, démontré par la science toute puissante ». La solution n'est pas dans ce paravent scientifique mais dans une autre manière de concevoir le bonheur.

I&M : D'après l'étude sur «l'émergence des créatifs culturels» (de Ray et Anderson),

de nombreux américains (on parle de 24 %) ont déjà fait des pas importants pour sortir des valeurs dominantes. Ils cherchent une cohérence entre ce qu'ils disent et ce qu'ils font. Comment développer une prise de conscience collective par la création d'institutions ou de médias ?

Ezio : Si environ 20% de la population vit ou souhaite vivre autrement, il est important d'abord d'en prendre conscience puis de le faire savoir : on n'est pas seul et on peut partager ses expériences, ses échecs, ses succès avec un groupe. Mettre en place des groupes autonomes qui permettent aux gens d'évoluer vers leur souhait de vivre plus simplement en profitant de toute la richesse des échanges humains au sein du groupe, voilà un vrai défi. Le fait de savoir qu'on est nombreux, peut certainement augmenter la motivation. On en arrivera peut-être un jour comme au Québec à rassembler plusieurs centaines de personnes intéressées par la SV sur un WE. L'intérêt que suscite la SV lors de nos conférences, montre que cela pourrait survenir bien plus rapidement que nous le rêvions au départ. Ainsi, après 2 soirées sur ce thème et celui de la DES à Namur, une petite centaine de personnes de tous les âges, femmes et hommes pratiquement à parité, ont répondu présent et forment actuellement 8 nouveaux groupes de pratique de SV.

* L'émergence des créatifs culturels, de Ray et Anderson, Edition Yves Michel



sions. Il faut suivre les expériences en cours.

I&M : Que gagne-t-on à se rapprocher d'un mode de vie de simplicité volontaire ?

Ezio : On va réduire sa consommation de biens matériels et donc perdre le plaisir immédiat que cela apportait. On peut aussi connaître quelques problèmes avec ses proches qui ne comprennent pas du tout la démarche. Mais ce n'est pas "moins de tout". Comme on le répète lors des conférences : «c'est moins de biens mais plus de liens». On ne s'engage pas sur le chemin de la SV pour se flageller, pour souffrir. Ce désencombrement matériel mais aussi de l'esprit et du cœur nous redonne du temps, de l'énergie à consacrer à nos proches, aux activités qui ont réellement de la valeur pour nous.

Ce passage vers la SV passe, pour la plupart d'entre nous, par un moment d'arrêt dans notre vie, dans notre course. Il faut se donner le temps de se regarder face à face, de découvrir et reconnaître nos valeurs profondes, mais aussi la souffrance qui nous habite ; de la transformer en énergie positive qui nous permettra de vaincre les barrières les plus élevées vers le changement souhaité, celles qui se trouvent dans notre esprit.

Disposer de temps est une condition nécessaire mais pas suffisante, pour vivre mieux. Ainsi 15% d'entre nous – les demandeurs d'emploi - ont déjà du temps disponible et pourtant ils vivent, souvent, moins bien que ceux qui travaillent et pas uniquement pour des raisons financières. Se sentir socialement reconnu, entretenir des relations humaines riches, consacrer son temps à ses valeurs profondes, sont des éléments clés pour cheminer vers une simplicité volontaire, joyeuse et épanouissante.

Dom : Les éléments positifs que la simplicité volontaire peut

apporter, est un cheminement vers une plus grande cohérence personnelle. Tu as évoqué les médicaments, les anti-dépresseurs, le nombre de personnes qui tirent leur carrière comme un boulet jusqu'à 65 ans en se disant: «j'aurai une chouette vie à la pension ». Une proportion considérable de la population, et j'en fais

partie, vit sur des rails qui n'ont pas été choisis. L'appel à la simplicité volontaire est de se mettre en chemin et ceci, dès aujourd'hui.

I&M : Tout simplement "Ici & Maintenant"

Dom : C'est un superbe mot de conclusion •



Pour réduire notre consommation, pourquoi ne pas commencer par la TV ?

Patrick Le Lay, patron de la plus grande chaîne TV française, TF1, vend du temps de «cerveau disponible» pour Coca-Cola.

«A la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit. Or, pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible.» [...]

Le président de TF1 exerce son business dans un média dont la «profitabilité» dépend de la publicité. Son but premier est moins de satisfaire le téléspectateur, que de séduire le consommateur. Le patron de TF1 insiste sur le caractère harassant de ce travail : «la télé», souligne-t-il, est une «activité sans mémoire» où l'on s'épuise à «suivre les modes». Ces deux appréciations ont été moins fréquemment reprises que le désormais fameux «temps de cerveau humain disponible» vendu à Coca-Cola. Elles n'en ont pas moins de lourdes conséquences sur la manière dont l'industriel de la télévision pense ses programmes. Télérama, qui a consacré tout un dossier à l'affaire en septembre 2004 (1), explique ces déclarations par le «goût affirmé pour la provocation et le cynisme» de Le Lay. Dans une interview accordée à ce magazine de télévision, le patron de TF1 assume : «La logique de TF1 est une logique de puissance. Nous vendons à nos clients une audience de masse, un nombre d'individus susceptibles de regarder un spot de publicité.» A la question stratégique : «Pensez-vous que le cerveau du téléspectateur soit plus disponible s'il regarde des émissions divertissantes?» Le Lay répond honnêtement : «Sans doute» Peu de gens ont osé manifester leur indignation après ces déclarations.

Le cinéaste Jacques Kirsner(2) a rappelé les volte-face du personnage. En 2001, sévèrement touché au portefeuille par le succès de la pitoyable «Loft Story» (reality show) sur M6, le président de TF1 s'en prend avec un moralisme violent, dans le Monde à cette émission et «ses sous-produits pornographiques», «un programme incitant les jeunes gens à former un couple temporaire par appât du gain». Trois ans plus tard, Le Lay change brutalement son fusil d'épaule en signant avec la société Endemol [...]. «Aujourd'hui, la trash-télévision véhicule violence, pornographie, règne du plus fort, destruction. C'est la réalité. Il faut remercier Patrick Le Lay de s'exprimer sans langue de bois»

Si la publicité a bien une forte influence sur notre mental, notre inconscient et nos impulsions d'achat, qu'en est-il du contenu des émissions TV sur nos émotions et notre inconscient? Comment ne pas voir que ce contenu arrose les graines de notre inconscient et a une influence aussi forte que la publicité sur nos comportements.

(1) «La polémique Le Lay. On achète bien les cerveaux»

(2) «Trafic d'organe audiovisuel» de Jacques Kirsner, Libération 1er septembre 2004.