

## Le partage et la sobriété doivent être deux valeurs centrales

un article de Vincent CHEYNET

rédacteur en chef du magazine «La Décroissance»

Je suis un «*fil de pub*». Pendant les dix premières années de ma carrière professionnelle, j'ai été directeur artistique dans le premier groupe européen de publicité. Parallèlement, je me suis investi dans la militance écologique. Progressivement, j'ai pris conscience de la schizophrénie de ma posture. D'un côté, je militais pour un monde plus respectueux des limites naturelles, pour un monde plus fraternel et plus humain. D'un autre côté, je travaillais à diffuser une véritable idéologie, qui allait à l'encontre de mes préoccupations.

L'hypertrophie du système publicitaire nous a conduits à basculer de la réclame à un véritable outil de propagande idéologique (1). La publicité est le vecteur de l'idéologie de la société de consommation. Il ne s'agit pas de critiquer la consommation en tant que telle, mais de **refuser une consommation comprise comme une finalité et non comme un moyen**. La société de consommation réduit l'homme pluridimensionnel à ses seules fonctions économiques de producteur et de consommateur. **Son épanouissement est alors mesuré par des seuls critères comptables**, son bonheur d'être est appréhendé à l'aune de l'augmentation du produit national brut.

Bien qu'encore ultra-minoritaire, le mouvement pour la décroissance prend de l'ampleur. De nombreux livres relaient ses thèses (2). En 2004 est né le journal «*La Décroissance*» qui tire aujourd'hui à plus de 45 000 exemplaires. D'autres revues comme «*L'Ecologiste*» (3) ou «*Silence*» (4) diffusent depuis longtemps ces idées. Des manifestations sur ce sujet sont organisées un peu partout en France. Un Parti pour la décroissance vient même de voir le jour (5). En juin et juillet 2005 des milliers de personnes, dont une grande majorité de jeunes, ont participé à une «*Marche pour la décroissance*». Partis de Lyon, les marcheurs ont rejoint le circuit de Magny-Cours, dans la Nièvre, pour demander la suppression du Grand Prix de France de Formule 1. Cette compétition automobile constitue un des paroxysmes de la «*société de croissance*», mêlant dans

une même vénération l'argent, la compétition, la technique, la vitesse, le gaspillage et la pollution.

De plus en plus de concitoyens prennent conscience qu'une croissance infinie dans un monde limité est aussi absurde qu'antiphysique. Plus encore, notre société commence à percevoir que la croissance n'est pas le remède à tous nos maux mais, bien au contraire, qu'elle est responsable d'une grande partie de nos maladies de civilisation. Ghandi disait : «*La civilisation au vrai sens du terme, ne consiste pas à multiplier les besoins, mais à les limiter volontairement. C'est le seul moyen pour connaître le vrai bonheur et nous rendre plus disponible aux autres. Il faut un minimum de bien-être et de confort ; mais, passé cette limite, ce qui devrait nous aider devient une source de gêne. Vouloir créer un nombre illimité de besoins pour avoir ensuite à les satisfaire n'est que poursuite du vent. Ce faux idéal n'est qu'un traquenard.*»

**L'humain ne se structure, ne devient libre** -comme individu et comme membre de la société- **qu'en étant capable de s'autolimiter et de partager**. Cette idée d'une croissance et d'un développement sans limites conduit à un terrible mouvement de régression. Le psychiatre belge Jean-Pierre Lebrun a montré les pathologies psychiques, humaines et sociales, engendrées par cette idéologie qui traverse notre société (6). La montée de l'obésité chez les enfants en est un des exemples les plus révélateurs. La destruction de notre environnement n'est que la conséquence visible et physique de cette «*idéologie de croissance*». Face au défi que représente aujourd'hui, par exemple, le déclin prévu de l'extraction du pétrole (7), notre choix n'est pas entre décroissance ou croissance, ou bien entre décroissance ou développement, mais entre décroissance ou récession. Le partage et la sobriété doivent être les deux valeurs centrales pour refonder notre société, si nous ne voulons pas qu'elle s'effondre.

## Questions en débat : Quelle société ?

**Michèle METZ,**

école Jean-Frédéric Oberlin  
à Durrenbach (Bas-Rhin),  
en proposant cet extrait de presse  
à la réflexion, écrit :

Cet article m'a beaucoup rejointe en tant que citoyenne du monde et en tant qu'enseignante. Je vois plusieurs parallèles avec l'école :

- l'attitude facilement consummatrice des enfants, le besoin de vite passer à autre chose, de ne pas rencontrer de difficultés... induit par l'esprit de consommation de la société.

- l'épanouissement, les progrès de l'enfant mesurés par de multiples critères comptables («*l'évaluationnisme*»)

- les enfants ne comprennent pas pourquoi ils devraient se limiter volontairement (par respect pour l'autre, ou pour apprendre...) puisque la société pousse à multiplier les besoins.

Ce sont des évidences, mais bonnes à dire et à redire pour qu'elles nous bousculent au plus vite.

(7 avril 2006)

Nota :

les passages en gras sont ceux soulignés par Michèle lors de sa lecture

(1) «*De l'idéologie aujourd'hui*»

de François Brune, édit. Parangon

(2) Par exemple: «*Survivre au développement*», de Serge Latouche, édit. Mille et une nuits.

(3) 18-24 quai de la Marne 75164 Paris-Cedex 19

(4) 9 rue Dumenge 68317 Lyon Cedex 04

(5) [www.partipourladecroissance.net](http://www.partipourladecroissance.net)

(6) «*Un monde sans limites*», Jean-Pierre Lebrun, édit. Eres

(7) «*Pétrole apocalypse*», Yves Cochet, édit. Fayard