

Arnaud Brulaire

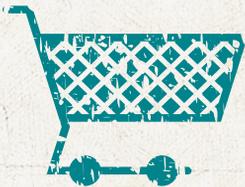


# TOUS CONSOM' ACTEURS

LE GUIDE

POUR CHANGER SON QUOTIDIEN

Préfaces de Maxime de Rostolan et Benoît Thévard



Rustica éditions

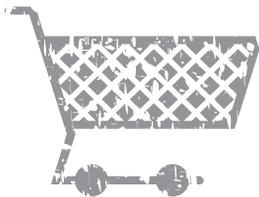
Arnaud Brulaire



# TOUS CONSOM' ACTEURS

LE GUIDE  
POUR CHANGER SON QUOTIDIEN

Préfaces de Maxime de Rostolan et Benoît Thévard



*Rustica éditions*

# SOMMAIRE

PRÉFACE DE MAXIME DE ROSTOLAN .....	7
PRÉFACE DE BENOÎT THÉVARD .....	9
INTRODUCTION .....	11
<b>JE CONSOMME DONC JE SUIS</b> .....	17
Foule sentimentale .....	17
Pouvoir d'achat, pouvoir sur soi .....	19
<b>CONSOMMER N'EST PAS ACHETER</b> .....	22
Un principe de base : l'autolimitation/sobriété volontaire .....	22
Le temps de l'entraide .....	23
L'économie collaborative entre le bien et le mal .....	24
Les monnaies locales, complémentaires et citoyennes (MLCC)...	26
<b>CHANGEMENT CLIMATIQUE :</b>	
<b>LE CHEF D'ORCHESTRE DE LA CONSOMMATION</b> .....	30
Les ordres de grandeur (monde et France) .....	30
Pas de consommation responsable sans « résistance climatique » .....	36
<b>L'ASSIETTE</b> .....	37
Objectif bio, local et végétarien (ou presque) .....	37
Et le poisson, ça compte ? .....	48
Santé et environnement : même combat .....	54
Mieux manger pour pas plus cher .....	60
Choisir son enseigne bio .....	67
Manger sans gaspiller .....	69
<b>LA MAISON</b> .....	76
La maison des négaWatts .....	77
La conception bioclimatique .....	77
Rénover plutôt que construire (même écologique) .....	82
Se faire conseiller : ça n'a pas de prix .....	83

Le chantier participatif : rapide, pas cher et de bonne qualité ? . . . .	84
Choisir son énergie . . . . .	85
<b>OBJECTIF ZÉRO DÉCHET</b> . . . . .	91
Le déchet en bref . . . . .	91
La loi des 5 « R » . . . . .	92
Les astuces du quotidien . . . . .	94
<b>LE VOYAGE</b> . . . . .	95
Une situation préoccupante . . . . .	95
Auto-boulot-dodo ? . . . . .	99
Tourisme écolo ? . . . . .	108
<b>LA COMMUNICATION</b> . . . . .	113
La technologie numérique comme alliée ? . . . . .	113
Le café du commerce . . . . .	116
Écologie profonde . . . . .	117
<b>LE VÊTEMENT</b> . . . . .	118
La mode passe, la pollution reste . . . . .	118
Tous tout nus ? . . . . .	120
<b>L'HYGIÈNE</b> . . . . .	122
La jungle des labels environnementaux . . . . .	122
Les 4 fantastiques de la maison . . . . .	124
Hygiène et beauté . . . . .	126
Écologique c'est moins cher ! . . . . .	127
<b>LE JEU</b> . . . . .	128
Du pain ou des jeux ? . . . . .	128
Justin Timberlake ou le berger-golfeur . . . . .	129
<b>LA SANTÉ</b> . . . . .	132
Entre progrès et nouveaux défis . . . . .	132
Moins de CO <sub>2</sub> , moins de médicaments ! . . . . .	133
<b>L'ENFANT</b> . . . . .	135
Quels enfants laisserons-nous à notre planète ? . . . . .	135
La nature comme professeur . . . . .	136
<b>CONCLUSION – LES JOYEUX COMBATTANTS</b> . . . . .	139
<b>LETTRE À CEUX QUI COMPTENT</b> . . . . .	143
<b>INDEX</b> . . . . .	151
<b>POUR ALLER PLUS LOIN</b> . . . . .	157
<b>L'AUTEUR</b> . . . . .	159

# PRÉFACE

de Maxime de Rostolan

Chacun aujourd'hui, et vous en première ligne, puisque vous avez ce livre entre les mains, est au courant de la situation catastrophique dans laquelle se trouve notre planète, et dans laquelle la responsabilité de l'homme, de nos modes de vie, est énorme.

Arnaud Brulaire fait partie des conscients avant l'heure, dont l'engagement, la connaissance des enjeux et la cohérence peuvent inspirer et faire tache d'huile (bio). Lorsque nous nous sommes rencontrés, en 2013 dans le minibus qui amenait une petite équipe de passionnés d'agroécologie chez Pierre Rabhi, en Ardèche, Arnaud travaillait encore dans le monde de l'entreprise ; et s'il avait réussi à créer au sein de la sienne un département Responsabilité sociétale, elle n'en restait pas moins un des acteurs majeurs de la grande consommation, envoyant dans les cuisines des millions de plats industriels à décongeler. De petit pas en petit plats, Arnaud a fini par le sauter, le pas, en se résolvant *in fine* au plus efficace des gestes que l'on peut adopter pour faire partie de la solution : quitter son poste confortable de salarié dans une grande entreprise pour incarner, à la campagne et en accord avec ses valeurs, un mode vie de plus en plus sobre et autonome.

Vous le comprendrez au fil des pages, à maintes reprises, chaque jour, nous sommes exposés à des choix plus ou moins impactants, qu'il convient aujourd'hui de raisonner. Le mouvement citoyen Résistance climatique<sup>1</sup>, dont Arnaud parle plus loin, illustre ce qu'un monde à +2° C maximum impliquera pour chacun de nous au quotidien : ne plus prendre l'avion, consommer de la viande deux fois par mois, rouler en voiture moins de 2 000 km par an et par personne, et

---

1. [www.resistanceclimatique.org](http://www.resistanceclimatique.org)

réduire fortement les achats de produits neufs... autant de mesures nécessaires qu'il sera compliqué à faire accepter par la population sans une vraie pédagogie et « un peu » de préparation, de formation.

Dans ce monde fou qu'est l'Anthropocène, parmi ceux qui disposent de leviers politiques et économiques, nous avons des alliés qui, comme Arnaud, tentent de changer le système de l'intérieur. Désormais en position de force dans leurs organisations, « grâce » à l'accélération des dérèglements climatiques qui ne laissent plus de place au doute, ils attendent des signaux forts de la part des citoyens, ils espèrent voir les tendances prouver que le changement des consciences est enclenché, que la bascule a enfin lieu.

Outre le plaisir que nous procure le fait de vivre en cohérence avec nos valeurs et d'atteindre une forme d'harmonie du quotidien avec le vivant, les actions que nous voudrions bien mettre en œuvre pour réduire notre empreinte environnementale serviront également d'arguments de poids pour embarquer les derniers récalcitrants.

Soyons autant de colibris prêts à montrer la voie aux canadiens, afin que, tous ensemble nous puissions éteindre l'incendie<sup>1</sup>. La bonne nouvelle pour nous tous, c'est que cette voie est pavée de bonnes surprises, de retour à l'essentiel, aux choses simples qui nourrissent l'âme et l'esprit. Voyez chaque nouvelle habitude que vous prendrez comme un cadeau à offrir à vos enfants, et aux miens.

Pour le bien des générations futures, entrer en Résistance climatique, ça commence ici !

### **Maxime de Rostolan**

Fondateur de la plateforme de finances participatives Blue Bees, et de l'association Fermes d'Avenir favorisant le développement de l'agroécologie, Maxime de Rostolan se consacre aujourd'hui à son lobby citoyen La Bascule, qui a pour ambition d'accélérer la transition démocratique, écologique et sociale.

[www.bluebees.fr](http://www.bluebees.fr)

<https://fermesdavenir.org>

<https://la-bascule.org>

---

1. Référence à la parabole amérindienne du Colibri chère à Pierre Rabhi. [www.colibris-lemouvement.org/mouvement/legende-colibri](http://www.colibris-lemouvement.org/mouvement/legende-colibri)

# PRÉFACE

## de Benoît Thévard

*Tous consom'acteurs* est un guide pour le quotidien qui remet à sa juste place l'acte de consommation. Le geste compulsif, poussé par le marketing et infiniment facilité par les outils numériques, n'est finalement que la manière contemporaine de consommer.

Cette évolution malheureuse et organisée nous a projetés dans ce que l'on appelle désormais « la société de consommation ». Celle-ci, il faut le dire, est un épiphénomène dans l'histoire de l'humanité, car elle existe depuis quelques décennies seulement et se terminera bientôt à cause des désordres irréversibles qu'elle entraîne. La consommation nourrit aujourd'hui les grands déséquilibres de ce monde et les plus grandes inquiétudes quant à son devenir.

Conception à moindre coût et à obsolescence programmée, extraction minière et déforestation, usines de transformation polluantes, manufactures esclavagistes, logistique mondialisée et émettrice de gaz à effet de serre, chaînes de distribution uniformisées et destructrices des économies locales, saturation des circuits de traitement des déchets et, finalement, pollutions à tous les étages, voilà, à grands traits, ce que nous offre cette forme contemporaine de la consommation.

Coluche disait : « Quand on pense qu'il suffirait que les gens n'achètent plus pour que ça ne se vende pas. » Eh bien, c'est le pari de ce guide ! Celui d'éclairer les choix du lecteur ou de la lectrice qui peut se retrouver noyé dans un matraquage publicitaire et souhaiter utiliser son pouvoir de consommateur à des fins nobles et vertueuses.

Le système économique des sociétés modernes doit être profondément transformé. Les raisons sont nombreuses et systémiques, à caractères social, environnemental, économique, sanitaire, éthique,

énergétique ou encore culturel. Dans bien des cas, notre humanité et le respect du milieu naturel peuvent suffire à provoquer des changements importants et à mettre la créativité au service de nouveaux modes de conception, de production et d'usage. Malheureusement, les sociétés transnationales tentaculaires ne sont pas guidées par l'empathie et se confronteront, un jour ou l'autre, aux limites biophysiques de notre planète. Cette fin programmée de la société de consommation doit toutes et tous nous interpeler et nous conduire à faire de nouveaux choix pour que se construise, dès à présent, une économie résiliente, solidaire, soutenable.

La transition commence par des choix individuels, mais elle doit se prolonger par une réorganisation collective, à l'image des territoires en transitions qui émergent partout dans le monde. Ces mouvements citoyens redonnent naissance à l'utopie, dessinent de nouveaux possibles et permettent de surmonter le sentiment d'impuissance.

Ce « guide pour changer son quotidien » est une belle contribution joyeuse pour initier cette nécessaire transformation.

### **Benoît Thévard**

Ingénieur en Génie énergétique, membre de l'Institut Momentum, Benoît Thévard a vécu dans un écovillage québécois préparant l'après-pétrole. Il anime le blog *Avenir sans pétrole*, organise des activités de recherche sur la résilience des territoires, et des conférences sur la nécessité d'une transition sociétale. Il est également conseiller auprès des Vice-Présidents à la Région Centre-Val-de-Loire (environnement, développement rural, transition écologique et citoyenne, et économie circulaire).

[www.avenir-sans-petrole.org](http://www.avenir-sans-petrole.org)



# INTRODUCTION

Le mouvement des consom'acteurs n'est pas nouveau, les premiers livres sur le sujet sont apparus il y a plus de 10 ans, et je me souviens de l'engouement qu'il a provoqué chez moi et quelques amis. Le principe était fort : nous pouvons changer le monde en consommant différemment ! Devenons acteurs plutôt que simples consommateurs ! Mais voilà, 10 ans après, force est de constater que l'état de notre monde ne s'est pas amélioré, loin de là. La communauté scientifique internationale ne cesse de tirer la sonnette d'alarme<sup>1</sup>, et l'idée d'un effondrement de notre société thermo-industrielle devient de plus en plus crédible<sup>2</sup>.

Il est donc aujourd'hui légitime de questionner l'efficacité de la consom'action. Pourquoi si peu d'effet ? Est-ce un mouvement trop marginal qui n'a touché que quelques bobos parisiens ? Ou bien est-ce le concept même de consom'action qui est défaillant ?

Je pense que ni l'ambition ni l'éthique de la démarche ne sont à remettre en question. Il s'agit bel et bien de mieux consommer, de manière à protéger la nature et les hommes. L'objectif de la consom'action n'est donc pas tant de consommer que d'agir pour un monde meilleur, un monde soutenable offrant les mêmes chances de survie (et de vie agréable, soyons fous !) à tous les êtres vivants de notre planète Terre.

---

1. Voir l'appel des 15 000 scientifiques en 2017.

2. Voir les ouvrages *Comment tout peut s'effondrer* de Pablo Servigne et Raphaël Stevens et *Une autre fin du monde est possible* des mêmes auteurs et de Gauthier Chapelle, éd. du Seuil, 2015 et 2018. Voir également les travaux de l'Institut Momentum, dirigé par Yves Cochet, et les travaux de Jean-Marc Jancovici.

Néanmoins, cela pose la question de la compatibilité entre ces deux mots : consommer et agir. Peut-on agir en consommant ? N'y a-t-il pas une contradiction profonde entre consommation et action responsable ?

Pour répondre à ces questions, revenons aux fondamentaux : que signifie consommer ? « Mener une action, un état, à un degré d'achèvement complet, à leur accomplissement définitif », voilà ce que nous dit le Larousse. Le sens premier est donc à rapprocher de l'origine latine du mot *consummare* : accomplir.

Ainsi, la consommation n'est-elle pas une tentative d'accomplir des choses, voire de « nous accomplir ». Et, ce faisant, ne chercherions-nous pas à donner un sens à notre vie ?

Certains penseurs soutiennent l'idée que la consommation est un moyen de combler une carence identitaire, un manque de reconnaissance, et sans doute d'échapper à la mort, au temps<sup>1</sup>. Ce temps qui nous fait cruellement défaut et nous amène souvent à consommer plus et plus vite. Retrouver du temps et donc organiser nos vies pour en libérer, constitue sans doute l'une des conditions primordiales d'une vie heureuse et respectueuse de la nature.

Mais alors, comment atteindre cette promesse de la consommation et nous accomplir, nous épanouir, en prenant le temps de le faire bien ?

Certains semblent y parvenir par une consommation de « bien-être » et autres méthodes de reconnexion à soi : yoga, méditation, bouddhisme, développement personnel, sophrologie, tai-chi... Il est aujourd'hui démontré que la quête de spiritualité est un ingrédient indispensable à la résilience individuelle et collective.

Néanmoins, la plupart n'accèdent pas à ce bien-être et la quantité d'anxiolytiques dans la majorité des pays développés reste très

---

1. « Pascal, dans la célèbre analyse du divertissement qu'il fait dans *Les Pensées*, nous montre à quel point toutes les conduites frénétiques de l'homme : la consommation de multiples biens, une vie mondaine et frivole, les obligations politiques, sociales et économiques, comme la pratique d'un métier ou celle de la guerre, nous détournent de nous-mêmes et de l'essentiel. Plus une activité occupe, plus elle divertit, et peu importe si c'est par la peine du travail ou par le plaisir du jeu. (...) Dans tous les cas, [le divertissement] est moins pénible que le vide que l'on ressent lorsque l'on se trouve seul, chez soi, sans occupation particulière, et donc, lorsque l'on aurait enfin l'occasion de s'interroger sur la vie et son sens. » [www.espace-ethique-poitoucharentes.org/obj/original\\_151357-la-mort-un-point-de-vue-philosophique.pdf](http://www.espace-ethique-poitoucharentes.org/obj/original_151357-la-mort-un-point-de-vue-philosophique.pdf) ; voir <http://redtac.org/possibles/2016/03/23/le-marketing-sappuie-sur-nos-peurs-pour-nous-faire-consommer-plus> ; [www.humanite.fr/consommation-le-capitalisme-et-nos-peurs-589587](http://www.humanite.fr/consommation-le-capitalisme-et-nos-peurs-589587)

élevée (1 Français sur 4 est sous psychotropes<sup>1</sup>). Plusieurs études montrent qu'une solution durable ne peut être trouvée dans une démarche purement personnelle. « L'homme est un animal social », comme disait Aristote, et notre bonheur passe par le lien avec nos semblables<sup>2</sup> voire avec les « autres qu'humains » (animaux, végétaux<sup>3</sup>...).

Pour être responsable, la consommation doit donc passer d'un acte individuel à un acte collectif. Il en va de notre épanouissement psychologique, mais aussi de notre capacité à subvenir à nos besoins fondamentaux, physiologiques et matériels.

En effet, le contexte de changement climatique nous impose un cadre d'actions qui n'est plus négociable. Notre consommation ne sera responsable que si elle permet de limiter efficacement nos émissions de gaz à effet de serre. Et pour cela, pas de solution durable sans nous relier, nous entraider. Ainsi, il ne sera plus question de se nourrir, se loger, ou encore se déplacer sans une approche collective et locale des solutions.

Et notre liberté alors ? Devons-nous y renoncer pour sauver la planète ?

Le respect de la nature est souvent perçu comme un frein au bonheur (« *l'écologie, ça suffit !* »), une atteinte à nos libertés fondamentales... Mais de quelle liberté parlons-nous ? Liberté de consommer ou liberté de vivre ? Et si la liberté d'aujourd'hui compromettrait celle de demain ?

En réalité, il ne s'agit peut-être pas de sauver la planète ; elle a survécu à de nombreux cataclysmes (dont le dernier en date a provoqué la disparition des dinosaures il y a 65 millions d'années), donc il est probable qu'elle nous survive. Il s'agit plutôt de sauver l'humanité et de comprendre que nous dépendons du fragile équi-

1. [www.doctissimo.fr/html/psychologie/mag\\_2003/mag1121/ps\\_7222\\_psychotropes\\_consommation\\_francais.htm](http://www.doctissimo.fr/html/psychologie/mag_2003/mag1121/ps_7222_psychotropes_consommation_francais.htm) ; [www.francetvinfo.fr/sante/medicament/la-france-consomme-toujours-beaucoup-d-anxiolitiques\\_2132741.html](http://www.francetvinfo.fr/sante/medicament/la-france-consomme-toujours-beaucoup-d-anxiolitiques_2132741.html)

2. [www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur](http://www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur)

3. Se reporter à l'ouvrage *Une autre fin du monde est possible*, de Pablo Servigne, Raphaël Stevens et Gauthier Chapelle, *op.cit.*

libre du monde vivant dont nous faisons partie. On pourrait aussi se demander si la planète et tous ses êtres vivants ne valent pas la peine d'être sauvés pour eux-mêmes, indépendamment des « services » qu'ils rendent à l'espèce humaine (oxygène, eau, nourriture, etc.).

« Ma liberté s'arrête là où commence celle d'autrui », dit une maxime française de l'époque des Lumières, mais nous savons maintenant que cet autre inclut les animaux, les végétaux, l'eau, l'air, la terre... Tuer la nature c'est nous tuer nous, tout simplement. Le changement que nous devons opérer se fera de gré ou de force, à nous d'apprendre (ou réapprendre) à consommer intelligemment, dans une forme de « sobriété volontaire ». C'est sans doute le plus grand défi du consomm'acteur d'aujourd'hui.

Finalement, il est fort probable que la plupart d'entre nous doive changer de vie pour devenir consomm'acteur. Car certaines solutions sont facilement accessibles « à périmètre constant », sans changer grand-chose dans notre manière de vivre, mais d'autres sont plus exigeantes. Ce livre nous propose de prendre conscience qu'il ne suffit pas d'acheter bio et équitable pour sauver le monde (surtout si nous prenons l'avion !), et qu'une profonde remise en question de nos modes de vie est nécessaire pour que la consommation responsable puisse avoir un sens.

Mais le plus important est peut-être ailleurs : et si l'action responsable nous rendait heureux ? Et si c'était dans l'action porteuse de sens que l'on trouvait la joie ? Plusieurs études récentes montrent que les ingrédients du bonheur sont les mêmes que ceux de la résilience de notre monde : la connexion entre humains, et la connexion à la nature<sup>1</sup> !

Alors, qu'attendons-nous ?

L'ambition de ce livre n'est autre que de reprendre le pouvoir sur nos vies, à travers une consommation qui nous rendra utiles et heureux ! Nous verrons comment nous nourrir, nous loger, nous

---

1. [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) et [www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur](http://www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur)

déplacer, nous habiller, nous « divertir », nous relier, de manière à limiter les dérèglements en cours et permettre à nos enfants de vivre correctement.

Il existe un cadre, une méthode qui peuvent nous guider dans cette formidable entreprise. Pour moi, elle se nomme permaculture, mais d'autres l'appelleront peut-être bon sens, sobriété heureuse ou biomimétisme. Nous verrons comment cet art de vivre constitue un formidable outil de conception d'une vie résiliente et heureuse.



# JE CONSOMME DONC JE SUIS

## Foule sentimentale

« On nous prend faut pas déconner dès qu'on est nés, pour des cons alors qu'on est... des foules sentimentales, on a soif d'idéal, attirés par les étoiles, les voiles, que des choses pas commerciales... »

Vous connaissez sans doute cette chanson d'Alain Souchon. Pour moi, elle résume bien ce que je ressens en tant que citoyen de notre « société de consommation ». J'ai le sentiment que nous sommes bernés, manipulés, endormis. Tout cela pour nous faire consommer et entretenir la sacro-sainte croissance économique.

Certains sociologues y voient également une manière de tromper la mort. Chacun combat cette angoisse primordiale en renforçant les comportements valorisés par sa culture. Or, dans notre culture occidentale, la possession de biens matériels constitue un élément fondamental du système de valeurs<sup>1</sup>. C'est ce mécanisme qui explique par exemple pourquoi la consommation américaine grimpa de 6 % durant les trois mois qui suivirent le 11 septembre 2001<sup>2</sup>. En quelque sorte, nous serions victime du principe : « plus je consomme, plus je suis vivant ».

---

1. <http://passeurdessciences.blog.lemonde.fr/2012/05/03/la-mort-a-la-tele-donne-envie-dacheter>

2. <https://halshs.archives-ouvertes.fr> (article : « Gérer l'attitude face à la mort des consommateurs âgés »).

Mais, au-delà des études, ne ressentez-vous pas au fond de vous que certains de vos achats viennent combler un vide ? Qu'on achète parfois plus pour posséder que par besoin réel ? Pour se rassurer : « on ne sait jamais, ça pourrait me servir » ? Pour appartenir à un groupe : « si j'achète ces baskets-là, je serai cool et on va me remarquer » ? Pour « faire plaisir » à ceux qu'on aime, à grands renforts de cadeaux plus ou moins dispendieux, inutiles... Bref ! la liste est longue de raisons qui nous font acheter. Mais nous sentons bien souvent que ce n'est pas l'objet lui-même que nous recherchons, sinon l'estime de soi, la reconnaissance voire l'amour qu'il pourrait nous apporter.

Et est-ce que cela fonctionne ? Oui et non.

Je dois bien reconnaître que ma vie de jeune adolescent a souffert de l'engagement militant (quoique non écologiste) de mes parents qui refusaient d'acheter des vêtements de marque. Je me souviens parfaitement du jour où je suis venu au collège avec mes premières Adidas Torsion®, et de la douce chaleur du groupe qui m'acceptait enfin comme un « mec cool ». La quête d'identité est évidemment très puissante durant l'adolescence, et la possession d'objets identitaires (vêtements, jeux, smartphones...) est un moyen aussi simple qu'efficace pour commencer à être reconnu par les autres, à exister. Mais, après tout, ce n'est qu'une question de code. Peut-être qu'en 2030 il sera hypercool de ne pas posséder de choses neuves, de se contenter de peu, de savoir cultiver son potager et de venir au lycée avec le vélo que nous aurons fabriqué ou réparé nous-mêmes. Je prends les paris !

Un peu plus tard, lorsque j'ai offert un bijou à ma première amoureuse en me disant qu'avec un tel achat elle ne pourrait jamais me quitter, j'ai souffert deux fois : lorsqu'elle m'a quitté, et lorsque j'ai compris que je n'avais plus assez d'argent pour partir en vacances. Après ça, je me suis retrouvé célibataire, alors j'ai trompé ma solitude avec des jeux vidéo, gadgets Hi-fi en tous genres, des CD, des livres, du cinéma, des vacances lointaines... Bref, j'étais triste alors j'ai consommé (et Meetic n'existait pas encore). J'ai aussi beaucoup consommé lorsque j'étais très joyeux (« tournée générale ! »). Avec le recul, je réalise aujourd'hui que la consommation a souvent été le moyen d'exprimer mes émotions. Pas vous ? Et pourtant ce n'est qu'un outil.

À nous d'apprendre à nous exprimer autrement. À nous de surprendre notre amour avec quelques fleurs sauvages plutôt que des roses cultivées sous serres ou importées du Kenya, de passer plus de temps avec nos enfants plutôt que de combler notre absence avec des jouets (souvent en plastique et fabriqués très loin), de partager de bons moments avec nos proches... Nous avons le pouvoir de ne pas choisir la facilité de l'achat, qui, nous le verrons, pose bien des problèmes. Alors prenons-le !

## Pouvoir d'achat, pouvoir sur soi

Consciemment ou non, nous sommes nombreux à penser que le bonheur passe par le confort matériel. Comment être heureux si je n'ai pas le minimum vital pour me nourrir, me loger, m'habiller ? Cela nous semble évident aujourd'hui, dans nos pays « développés » où l'équipement de base nécessaire à la vie quotidienne est présent dans presque tous les ménages, mais ce n'était pas le cas il n'y a encore que quelques décennies. C'est l'avènement d'un nouvel imaginaire social qui a fait de la consommation marchande un objectif à atteindre<sup>1</sup>.

Ainsi, « la frugalité et la prévoyance caractéristiques des genres de vie paysans et ouvriers ont cédé le pas à la recherche du bonheur et du plaisir et à la jouissance immédiate. Acheter pour son plaisir ou pour satisfaire un nouveau besoin s'est peu à peu imposé comme une nouvelle norme de comportement. Avec le temps, le sentiment de privation chronique des familles ouvrières des villes s'est mué en aspiration à consommer toujours plus (Lebergott, 1993) »<sup>2</sup>.

Néanmoins, il semblerait que le bonheur n'augmente pas proportionnellement à nos richesses et biens accumulés. Ainsi, « l'argent fait le bonheur... jusqu'à 4 900 euros par mois », comme le titrait le Figaro en 2010 à propos d'une étude américaine<sup>3</sup>. Au-delà du chiffre, tout à fait discutable, cela rejoint l'idée qu'une fois le confort matériel minimum atteint, c'est autre chose qui nous rend heureux. Des chercheurs d'Harvard ont suivi depuis 1938 et pendant 75 ans

1. Scitovsky, 1986 ; Ehrenberg, 1988.

2. [www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2002-1-page-83.htm](http://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2002-1-page-83.htm)

3. [www.lefigaro.fr/conso/2010/09/07/05007-20100907ARTFIG00411-l-argent-fait-le-bonheur-jusqu-a-4500-euros-par-mois.php](http://www.lefigaro.fr/conso/2010/09/07/05007-20100907ARTFIG00411-l-argent-fait-le-bonheur-jusqu-a-4500-euros-par-mois.php)

la vie de 724 hommes pour évaluer ce qui les rendait le plus heureux et en bonne santé. Résultat : « les personnes qui sont les plus connectées avec leur famille, leurs amis, leur communauté, sont les plus heureuses. Elles sont physiquement en meilleure santé et vivent plus longtemps que celles qui sont moins bien connectées<sup>1</sup> ». Ce serait donc la qualité des relations sociales qui nous rendrait heureux... et non notre pouvoir d'achat.

Facile à dire quand on n'a pas de problème d'argent ! Le récent mouvement des Gilets Jaunes nous a rappelé à quel point certaines personnes ne parviennent plus à finir le mois, même en travaillant. Rappelons que 14 % des Français, soit près de 9 millions de personnes, vivent sous le seuil de pauvreté avec moins de 1 015 € par mois (60 % du niveau de vie médian). Et 800 millions de personnes vivent avec moins de 1,90 € par jour dans le monde<sup>2</sup>. De grands progrès restent encore à faire en matière de « minimum vital ». Mais la principale conclusion à laquelle j'aboutis en écrivant ce livre, c'est que sobriété et responsabilité vont de pair. L'action la plus efficace est bien souvent de ne pas acheter, de réduire nos besoins superflus pour nous concentrer sur l'essentiel (une nourriture saine, un toit, des relations sociales). Et pour cela, les mieux armés ne sont pas les riches : une étude récente a démontré que l'impact environnemental était finalement directement relié à nos revenus, qu'on se dise écolo ou non<sup>3</sup> ! Les gens modestes me semblent en effet mieux préparés au changement global de notre société. Ils ont sans aucun doute cet avantage de déjà savoir se contenter de moins, de faire soi-même, de réutiliser, réparer...

Une fois ce minimum vital atteint (montant à débattre), le plus difficile est sûrement de changer notre regard sur la réussite. Car la souffrance vient également de la frustration, ou du sentiment d'exclusion sociale que l'on ressent lorsque la société vous assène que réussir c'est être riche et « avoir une Rolex avant 50 ans ».

---

1. [www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur](http://www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur)

2. [www.inegalites.fr/La-grande-pauvrete-baisse-dans-le-monde-mais-de-fortes-inegalites-persistent](http://www.inegalites.fr/La-grande-pauvrete-baisse-dans-le-monde-mais-de-fortes-inegalites-persistent)

3. [www.alternatives-economiques.fr/emissions-annuelles-de-co2-habitant-selon-revenu-localisation-menage-kg-0102201142139.html](http://www.alternatives-economiques.fr/emissions-annuelles-de-co2-habitant-selon-revenu-localisation-menage-kg-0102201142139.html) ;

<https://blogs.alternatives-economiques.fr/gadrey/2018/11/20/en-france-les-tres-riches-emettent-40-fois-plus-de-carbone-que-les-pauvres-mais-les-pauvres-paient-plus-de-4-fois-plus-de-taxe-carbone-en-de-leurs-revenus> ;

[www.carbone4.com/wp-content/uploads/2016/08/La\\_Lettre\\_du\\_Carbone\\_2.pdf](http://www.carbone4.com/wp-content/uploads/2016/08/La_Lettre_du_Carbone_2.pdf)

Conscient de ce phénomène, je fais aujourd’hui partie des personnes qui ont délibérément choisi de gagner moins<sup>1</sup>, de réduire leur niveau de vie pour la rendre écologiquement soutenable<sup>2</sup> et se concentrer sur l’essentiel : avoir plus de temps pour soi et ses proches, profiter des choses simples, de la nature, de son potager, réparer plutôt que de racheter... Reprendre le pouvoir sur nos vies est peut-être l’une des clés de la consommation d’aujourd’hui, et de notre épanouissement tout court ! Je terminerai par cette citation de Pier Paolo Pasolini, extraite de ses *Écrits corsaires*<sup>3</sup> : « La fièvre de la consommation est une fièvre d’obéissance à un ordre non énoncé. Chacun (...) ressent l’anxiété, dégradante, d’être comme les autres dans l’acte de consommer, d’être heureux, d’être libre, parce que tel est l’ordre que chacun a inconsciemment reçu et auquel il “doit” obéir s’il se sent différent. »

---

1. [www.lepoint.fr/societe/heureux-avec-800-euros-par-mois-27-08-2015-1959674-23.php](http://www.lepoint.fr/societe/heureux-avec-800-euros-par-mois-27-08-2015-1959674-23.php)

2. Supportable par la planète, sans que cela ne vienne dégrader les écosystèmes ou perturber les êtres vivants.

3. Coll. « Champs Art », Flammarion Poche, 2018.

# CONSOMMER N'EST PAS ACHETER

## Un principe de base : l'autolimitation, la sobriété volontaire

Dans un monde où les émissions de gaz à effet de serre sont directement proportionnelles au PIB<sup>1</sup> et donc à la consommation de biens matériels, on conçoit aisément que le plus efficace est de limiter notre consommation. Il est encore tentant de penser que les progrès technologiques pourront nous sauver, qu'acheter une voiture électrique et couvrir notre toit de panneaux solaires suffira à résoudre la crise. Mais il n'en est rien. De nombreuses études montrent que les ressources nécessaires à ces solutions sont elles-mêmes limitées, notamment les métaux rares utilisés dans la plupart des technologies de pointe et le lithium utilisé dans les batteries<sup>2</sup>. Sans compter que leur extraction pose également un problème environnemental.

Ainsi, ne pas acheter est de loin la meilleure solution, et l'on retrouve l'ordre bien connu des priorités écologistes : refuser, réduire, réutiliser, réparer, recycler... avant d'acheter du neuf. C'est pourquoi il sera toujours préférable de ressortir votre vieille paire

---

1. <https://jancovici.com> ; [www.facebook.com/jeanmarc.jancovici/posts/10158053522857281](https://www.facebook.com/jeanmarc.jancovici/posts/10158053522857281)  
2. Voir *L'Âge des low tech* de Philippe Bihouix, Le Seuil, 2014, *Quel futur pour les métaux ?* de Philippe Bihouix et Benoît de Guillebon, EDP Sciences, 2010, et *L'Humanité en péril* de Fred Vargas, Flammarion, 2019.

de baskets du lycée (qui sera certainement redevenue à la mode) plutôt que d'aller acheter des Veja®. Évidemment, ce principe de réutilisation ne s'applique pas à tous les domaines et, notamment, à celui de la nourriture, mais nous verrons que notre alimentation peut faire partie de la solution plutôt que du problème.

## Le temps de l'entraide

La plupart du temps, ne pas acheter implique un effort de notre part : il nous faut trouver une alternative. Cela demande de prendre le temps d'y réfléchir, ce qui est en soi une petite révolution à l'heure d'Amazon où tout est à portée de clic. « L'appel à un ami » n'est pas utile que dans les émissions télévisées. Cet ami qui a peut-être l'outil, l'idée, ou le temps qu'il vous manque. N'avez-vous jamais remarqué que nous sommes quatre fois plus rapides à deux que tout seul ? C'est sans doute pour nous laisser le temps de partager un apéro bien mérité, sans compter les mois de vie que vous aurez gagnés en transformant une journée solitaire et stressante en expérience efficace et conviviale<sup>1</sup>.

De nos jours, il existe de nombreuses initiatives permettant l'entraide gratuite et le troc.

Ainsi peut-on citer quelques plateformes collaboratives en ligne : Smiile, Proxiigen, Welp, MyTroc, France-troc, etc<sup>2</sup>. L'idée de ces plateformes est simple : « Et si l'huile de coude remplaçait le pétrole ? ».

C'est le slogan des 430 000 voisins et voisines de la plateforme Smiile. Ou, comme le dit encore celle de Proxiigen, il s'agit de créer un « vrai réseau social qui vous relie à vos voisins et à votre vie de quartier. Les valeurs du réseau sont claires : entraide, lien social et dynamisation de la vie de quartier. Le réseau a pour vocation de créer du lien durable, sans publicité, sans revente de vos données personnelles. Et ça change tout. »

Évidemment, Internet n'est pas indispensable pour aller sonner chez son voisin, d'autant qu'une moindre utilisation de nos écrans

1. [www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur](http://www.loptimisme.com/les-resultats-de-la-plus-longue-etude-sur-le-bonheur)

2. <https://proxiigen.com> ; [www.smiile.com](http://www.smiile.com) ; [www.welp.fr](http://www.welp.fr) ; <https://mytroc.fr> ; [www.france-troc.com](http://www.france-troc.com)

La société capitaliste dans laquelle nous vivons nous pousse sans cesse à la consommation de biens et services plus ou moins nécessaires. Pourtant, la façon dont nous consommons a une incidence directe et considérable sur le réchauffement climatique, et donc sur notre avenir.

Que ce soit pour manger, se loger, voyager, communiquer, se vêtir, se laver, jouer, se soigner ou éduquer, il existe de plus en plus d'alternatives positives au système de consommation classique. Il est grand temps de repenser et nous réapproprier notre manière de consommer afin d'atteindre une consommation vertueuse !

Arnaud Brulaire nous explique, investigations à l'appui, avec pédagogie et de nombreux conseils pratiques, comment améliorer chaque domaine de notre quotidien et participer ainsi, à notre échelle, à une transition nécessaire et urgente.

**Arnaud Brulaire** est consultant spécialisé dans l'accompagnement des entreprises et des collectivités territoriales sur la voie de la résilience : alimentation biologique et locale, stratégies post-pétrole, efficacité énergétique du bâtiment, habitat bas carbone, autonomie des territoires, démarche des « Villes en transition », permaculture.



[www.rusticaeditions.com](http://www.rusticaeditions.com)

