

**Pourquoi les solidarités avec les pays pauvres
et les engagements envers l'environnement
sont-ils si difficiles à développer ?**

**Allocution prononcée à l'occasion des Journées québécoises de la solidarité internationale,
à Trois-Rivières le 9 novembre 2010.**

La consommation responsable

La consommation responsable consiste à acheter des produits écologiquement acceptables tout en tenant compte de leur provenance. Les pays occidentaux, par leurs entreprises multinationales principalement, ont spolié, pour ne pas dire volé, les richesses de continents entiers. C'est vrai pour l'Afrique, l'Amérique centrale et du sud, l'Asie, même l'Océanie. Ce qu'ils ont fait pendant cinq siècles sans discontinuer, ils continuent à le faire en appliquant des politiques de développement tous azimuts, profitant à la fois de la complicité de leurs gouvernements nationaux et des gouvernements fantoches qu'ils contribuent à maintenir en place par toutes sortes de procédés aussi inacceptables les uns que les autres.

Notre responsabilité personnelle et collective, ici en Amérique du Nord, au Québec et au Canada, est entièrement engagée. Par notre consommation effrénée, nous contribuons directement à vider la planète de sa substance et à maintenir les peuples-victimes dans leur état d'indigence. Vous remarquerez que je n'ai pas utilisé les termes : *pays en voie de développement* ou *pays sous-développés* ou même *pays émergents*. En effet, ces notions occidentales supposent que tous les pays du monde sont placés dans un ordre hiérarchique, allant du plus pauvre au plus riche, chacun devant prendre la même voie de développement. C'est de la bouillie pour les chats. Mais d'autres sont mieux avisés que moi pour vous entretenir de ces sujets tellement centraux et vitaux pour l'avenir de notre monde.

Les gens que nous rencontrons au CIBES

Par notre activité quotidienne au CIBES, nous rencontrons ces consommateurs qui, pour toutes sortes de raisons et de circonstances de vie, se retrouvent dans des situations difficiles sur le plan financier. Nous travaillons avec des gens surendettés. Ces gens souffrent. Nous avons montré dans une enquête publiée il y a déjà quatre ans, que le niveau d'anxiété lié au surendettement est sans commune mesure avec celui vécu par la population en général. Les tendances s'inversent complètement. Dans l'ensemble de la population les indicateurs oscillent autour de 15 à 20% alors que chez les gens que nous rencontrons ils se situent plutôt dans les 90%.

Nous sommes donc compatissants avec ces personnes surendettées et nous aidons tout le monde sans considération de revenus. Nous avons développé une approche efficace et humaine. Nous

sommes en mesure de leur aider de plusieurs manières et ce, sans poser de jugements sur leurs comportements et leurs types de consommation. Nous partons du principe que nous ne devons pas faire porter aux individus, pris isolément et dans le pétrin, le poids de notre conscience politique.

Pourtant, il y a beaucoup à dire. En particulier sur le fait suivant : tous et toutes tendent à correspondre à un modèle de vie défini ailleurs, en dehors de soi, un modèle transcendant qui traverse la société de part en part. Un modèle qui prêche la surconsommation ou, si l'on préfère, l'*hyperconsommation* conduisant à un *bonheur paradoxal* selon les termes de Gilles Lipovetsky¹. Nous allons revenir à cet auteur.

Puis, chose assez troublante : la souffrance est la même, qu'on soit riche ou pauvre ! Du moins elle se présente de la même façon : angoisse, peur du lendemain, honte, même les idées suicidaires envahissent souvent et indistinctement les uns et les autres... Comment expliquer pareil phénomène ? Comment peut-on être malade d'argent ?

En fait, à chaque fois et bien au-delà des questions financières, c'est la dignité qui est atteinte. Et si la dignité est atteinte, c'est que ces gens ont échoué, ils se sont montrés inaptes à conduire leur vie là où la plupart des autres semblent réussir. Que ce soit à cause de revenus insuffisants, de malchance, de mauvaises décisions, le résultat est le même : l'échec. Un échec vécu isolément parce qu'il est honteux. Voilà pourquoi, au CIBES, nous plaçons la dignité au centre de nos préoccupations lorsque nous rencontrons les gens en consultation budgétaire.

Mais, ils ont échoué sur quoi, par rapport à quoi ? C'est là que ça devient paradoxal. Tous et toutes nous aspirons à correspondre au modèle, à posséder ces biens phares que certains sociologues n'hésitent pas à qualifier de biens socialement nécessaires. Comment dire autrement que la société fixe des normes et que ces normes exercent leurs contraintes sur l'ensemble des individus.

L'homo consumericus (Lipovetsky).

Jean-François Malherbe, philosophe québécois, présente la chose de cette façon :

...notre société ne semble guère priser les sujets **libres, lucides et rationnels**... La cohésion sociale que nous connaissons n'est pas de l'ordre de la convivialité mais de la compétition. Tous et chacun sont censés agir en vue d'accroître leur patrimoine... de tirer bénéfice de la production de biens et de leur consommation. Être censés, être incités, ces formules pétrifient des habitudes mentales et comportementales comme si elles obéissaient à des lois de la nature...². (J. F. Malherbe)

¹ LIPOVESTSKY, Gilles, *Le bonheur paradoxal*, Galimard, France, 2006, 377 p.

² MALHERBE, Jean-François, *La démocratie au risque de l'usure*, Liber, Montréal, 2004, p. 50

Des habitudes mentales et comportementales qui obéissent à des lois de la nature. C'est probablement la plus grande victoire du capitalisme triomphant. Il a créé, contre toute logique, l'*homo consuméricus* :

Sous-tendu par la nouvelle religion de l'amélioration continue des conditions de vie, le mieux-vivre est devenu une passion de masse, le but suprême des sociétés démocratiques, un idéal exalté à tous les coins de rue. Nous sommes entrés dans une nouvelle phase du capitalisme : la société d'hyperconsommation... Mais ces plaisirs privés débouchent sur un bonheur blessé : jamais l'individu contemporain n'a atteint un tel degré de dérégulation. (G. Lipovetsky).

Bonheur blessé. Dérégulation : état d'abandon et de solitude morale complète, nous dit le Larousse. Pourtant, l'*homo consuméricus* se dit généralement au dessus des contingences de cette société de consommation, il se sent peu perméable à la publicité. Il semble manœuvrer là-dedans comme un poisson dans l'eau. L'économie, de fait, permet de grandes satisfactions matérielles pour qui travaillent quarante heures ou plus par semaine et possèdent les moyens de s'offrir les plaisirs narcissiques, ce *mieux-vivre*, qu'elle offre. Chacun se disant avisé et trouvant ses équilibres personnels dans la consommation de biens et de services.

Chaque individu constituant, à lui seul, un îlot *consommatif*, de superficie plus ou moins étendue, selon les revenus. Ce qui se passe en dehors de cet îlot ne l'intéresse généralement que de manière très limitée, très partielle et superficielle. C'est de cela qu'on parle lorsqu'on évoque la société individualiste et l'*homo consumericus*.

Évidemment, un tel point de vue ne laisse pas beaucoup de place aux sentiments et à l'intelligence. Il est vrai que l'être humain n'est pas seulement qu'une simple machine à consommer. Il a effectivement des sentiments, des aspirations, une recherche d'identité, bref, il peut s'avérer assez imprévisible selon les circonstances. Mais il a aussi un côté *mouton de Panurge*, il est impulsif, voire compulsif, il recherche le prestige, la distinction. Les individus, pour la plupart, comprennent comment marche le système et s'y adaptent. Ils réussissent généralement à se construire une vie acceptable et regardent toujours vers le haut, jamais vers le bas. C'est le consommateur moyen vu d'un point de vue sociologique.

Psychologiquement, cependant, ça se complique assez sérieusement. Il est nécessaire pour bien comprendre le paradoxe dont nous parlons d'aborder la dimension temps. Il est assez remarquable, en effet, de voir, comment nous vivons comme des êtres éternels, nous étourdissant dans la consommation et le loisir, alors que nous savons pertinemment qu'il y a une fin. Nous avons un très sérieux contentieux avec le temps. Voyons avec Jean-François Malherbe, comment se pose le problème du temps dans une société telle la nôtre. L'auteur, philosophe, identifie quatre dimensions du temps :

Le chronos :	Temps mesurable, le temps comptable (l'horloge, le calendrier) ;
Le kairos :	Temps favorable à une action (le temps des récoltes) ;

Le schôlè : Temps du loisir, du rien faire, de la méditation, de la réflexion ;
Le diatribè : Temps de l'usure (user à la corde, l'eau qui use les rochers, le vieillissement).

Il observe que :

«...le dogme libéral selon lequel *le temps c'est de l'argent* opère dans la texture du temps une excision radicale qui détache le temps comptable des autres formes du temps qu'il déclare *nulles et non avenues, inutiles, voire nuisibles...*

Jean-François Malherbe poursuit en affirmant que notre culture souffre de chronite, elle est malade du temps. Elle accorde des privilèges indus au chronos, dit-il. Cette culture :

...ne discerne plus les moments favorables au devenir-soi (kairos), se prive des ressources vivifiantes de la méditation (shôlè) et se voile son propre rapport à la mort (diatribè).

Sa conclusion est sans appel et on ne peut plus limpide :

Voilà pourquoi et comment l'individu contemporain se trouve solidement entravé lorsqu'il tente d'agir en *sujet économique* véritable : l'accès au temps de méditation, qui lui apporterait la lucidité nécessaire à une action libre et rationnelle, lui est systématiquement volé. » (J. F. Malherbe)

L'*homo consumericus* est aussi pétri de valeurs et d'une idéologie qui prennent leurs racines dans l'histoire familiale, dans celle de l'humanité, des sociétés, de la société dans laquelle il vit et dans les archétypes humains. Il doit résoudre plusieurs contradictions profondes, entre le bien et le mal..., mais surtout entre ses pulsions, ses envies, ses ambitions d'une part et, d'autre part, les exigences qu'il fait siennes et qui s'appuient sur son éducation. Ces conflits intérieurs sont absolument essentiels à l'individu qui veut évoluer. C'est dans la manière dont il les résoudra qu'il finira pas trouver ses équilibres, par se trouver lui-même. D'où toute l'importance que prend cette recherche d'identité et de distinction chez la plupart des gens.

Des sujets libres, lucides et rationnels

Des sujets libres, lucides et rationnels ! Cela est-il compatible avec LE modèle de consommation ? Un modèle de *consumation* devrions-nous dire s'il nous fallait inventer un terme plus juste. Consumer : être réduit en cendre : brûler, calciner, carboniser, dépérir, détruire, épuiser, ravager. Parlons donc de ce système, de ce modèle, de façon lapidaire, sans chercher la nuance, puisque, tous, nous savons à quoi nous en tenir. Ce modèle de consommation : 1° Détruit pour mieux vendre ; 2° Individualise pour mieux vendre ; 3° *Psychologise* (autre néologisme) pour mieux vendre.

1° Détruit les ressources de la planète et dévalorise ses propres produits par la mode de manière à nous en passer de nouveaux. 2° Individualise pour mieux vendre... et, surtout, vendre plus, brisant ainsi toutes les solidarités sociales et économiques d'un monde pas si ancien que cela. 3° On utilise la psychologie et cela se manifeste dans la publicité. En effet, si on continue à nous vendre des produits par ce moyen, la publicité est pourtant de plus en plus axée sur des marques

de commerce, des rêves et de belles histoires n'ayant absolument rien à voir avec la camelote qu'on essaie de nous passer.

Et ce qui rend tout cela d'une efficacité redoutable, c'est le crédit. Jean Baudrillard, sociologue et philosophe français, dans son livre majeur : *La société de consommation*, écrit en 1970, présente le crédit comme :

...un dressage socioéconomique systématique à l'épargne forcée et au calcul économique de générations de consommateurs qui autrement eussent échappé, au fil de leur subsistance, à la planification de la demande, et eussent été inexploitable comme force consummative. Le crédit est un processus disciplinaire d'extorsion de l'épargne et de régulation de la demande...³. (Jean Baudrillard)

Imaginons une personne, au début des années cinquante, au Québec, qui décide d'économiser pour s'acheter une voiture qui coûte 800\$. Elle gagne 50\$ par semaine, un bon salaire à l'époque, et elle peut en économiser 5\$ après avoir assuré sa subsistance. Elle devra donc accumuler son 5\$ pendant 3 ans... Il y a donc de fortes chances pour qu'elle change d'idée et que ses économies servent à bien autre chose que ce à quoi elles étaient destinées à l'origine.

Ce qu'il faut comprendre d'absolument essentiel, c'est que le crédit implique une capacité de remboursement. Donc, lorsque le crédit à la consommation de masse apparaît, c'est que les travailleurs ont obtenu davantage de salaire que ce dont ils ont besoin pour leur survie. Ce revenu qui constitue un surplus c'est le «revenu discrétionnaire».

Cette notion est importante car elle nous permet de comprendre le rôle exact du crédit. Ainsi, reprenons notre raisonnement, pour les années soixante, avec un travailleur qui gagne 250,00\$ par semaine alors que ses besoins essentiels sont d'environ 200,00\$ par semaine. Il bénéficie de 50,00\$ à utiliser à sa discrétion. Ce 200,00\$ par mois, transformés en crédit, équivaut à 6 000,00\$ immédiatement qui seront remboursés sur les trois prochaines années à un taux d'intérêt de 11%, par exemple.

C'est ce revenu discrétionnaire de 200\$ par mois qui explique l'utilisation massive du crédit à la consommation. Le rôle du crédit étant d'accélérer les achats, surtout les gros à cette époque, et de faire circuler le plus rapidement possible les marchandises produites. C'est ainsi que la roue peut d'abord tourner puis s'accélérer. Qu'elle est importante cette dimension temps !

Pour illustrer encore plus clairement nos propos et conclure sur cette question du crédit, voyons ce qui s'est globalement passé au cours des années soixante, justement. Ce qui, en 1961, valait 1,00\$ devait grimper à 1,24\$ en 1971. Une inflation de 24%. Pendant la même période, le revenu

³ BAUDRILLARD, Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Denoël, 1970, éd. 2005, p. 114.

annuel moyen passait de 1 384\$ à 2 338\$ soit 77,4% d'augmentation. Inflation : 24% ; augmentation du revenu : 77,4%. On constate donc une hausse du pouvoir d'achat de 53,4%.

Cette augmentation nette du pouvoir d'achat, transformée en crédit, explique comment les consommateurs de cette époque ont pu, en l'espace d'une quinzaine d'années environ (1955-1970), acquérir l'ensemble des biens de consommation accessibles à cette époque : maison, meubles, téléviseurs, auto, etc.

Des sujets libres, lucides et rationnels, avec le crédit, ça ne peut pas marcher. Si mes parents n'avaient pas embarqué dans le crédit, appâtés par toutes ces innovations inimaginables quelques années plus tôt, nous aurions alors vécu dans un autre monde. Jamais la société de consommation que nous connaissons aujourd'hui n'aurait pu se développer sans le crédit. C'est dans ce sens que Baudrillard nous parle d'une épargne forcée. Forcée dans le sens de dirigée en fonction des besoins de l'appareil productif. Le crédit est donc l'instrument par lequel tout passe, c'est le voleur de temps par excellence.

Voyons ce que ça donne aujourd'hui, lorsqu'on essaie de comprendre globalement la société dans laquelle on vit et qu'on se pose cette question lancinante : pourquoi les solidarités avec les pays pauvres et les engagements envers l'environnement sont-ils si difficiles à développer ?

Du mythe libéral et de l'illusion de l'abondance

Ici, nous entreprenons une partie un peu plus théorique. Nous rappelant le titre de cette présentation, il nous faut tout de même mettre à jour certains fondements expliquant cette indifférence collective par rapport à ce qui se passe ailleurs et cette volonté tout aussi collective d'ignorer les problèmes environnementaux ou, sans les ignorer, de canaliser nos peurs du lendemain dans des comportements strictement individuels faisant l'impasse sur les causes réelles et politiques de ces problèmes.

Nous allons donc, à partir d'ici, aller jouer dans la tête de l'*homo consumericus*.

Commençons par le libéralisme, cette idéologie totalement dominante et exclusive, ici au Québec et en Amérique du Nord. On a en effet réussi à nous convaincre, à imprégner nos cerveaux, de l'idée que le développement économique par la libre entreprise était la seule façon de maintenir notre niveau de vie et nos jobs. Et, croyons-nous, c'est ce niveau de vie et ces jobs qui nous permettent d'être libres, de faire ce qu'on veut. Cette idéologie du libéralisme est donc centrale dans le raisonnement qui va suivre.

Le Larousse définit le libéralisme comme suit :

1. Doctrine économique de la libre entreprise, selon laquelle l'État ne doit pas, par son intervention, gêner le libre jeu de la concurrence.
2. Doctrine politique visant à limiter les pouvoirs de l'État au regard des libertés individuelles.
3. Fait d'être libéral, tolérant.

Les libertés individuelles. Jean Daniel, fondateur et éditorialiste au *Nouvel Observateur*, parlant du concept de liberté, observe :

Elles consistent toutes [les libertés] à rompre avec tous les codes, tous les pactes, toutes les conventions, tous les contrats que les hommes ont décidé de ritualiser pour vivre ensemble.
(Jean Daniel)

Le problème des libertés individuelles qui s'affrontent aux intérêts collectifs, *au vivre ensemble*, n'est vraiment pas nouveau. Nous vivons dans une société qui effectivement cherche à repousser les frontières des libertés individuelles, la sacrosainte liberté d'entreprise en particulier, l'exemple des gaz de schiste est éloquent, une liberté individuelle promue sans trop d'égards aux défis qui nous confrontent collectivement.

Jean Daniel, ici, sent le besoin de préciser qu'il est génétiquement normal que les hommes soient des loups pour l'homme, que les règles sociétales sont là justement pour nous civiliser, dans le sens noble du terme :

Lorsque l'on nous exhorte à nous aimer les uns les autres, c'est précisément parce que nous ne le faisons pas. Et si l'on prêche la paix aux hommes de bonne volonté, c'est pour que nous en fassions partie⁴. (Jean Daniel)

Ce discours de l'éditorialiste, si les tenants du libéralisme l'ont compris, ils l'ont interprété en fonction de leurs intérêts particuliers et à courte vue et l'on peut affirmer qu'ils sont carrément tombés dans la facilité. Ils ont en effet développé un système laissant libre cours aux aspects les plus primaires de l'être humain... Ils ont mis au centre de leur modèle l'esprit de compétition, la libre entreprise, la concurrence de ces entreprises, voire des pays entre eux, passant leur temps à transgresser leurs propres règles. Ils ont abouti, en effet, au monopole, à la spoliation, à la guerre. Dans la mouvance du libéralisme, le vingtième siècle a fini par être le plus meurtrier de l'histoire de l'humanité. Il est aussi, paradoxalement, le plus évolué...

En effet, le libéralisme a largement avantagé les détenteurs occidentaux de capitaux certes, mais aussi, dans leur sillage, les populations de l'Occident. On est capable, en effet, de guérir presque toutes les maladies, même celles dues à notre mode de vie excessif, mais nous sommes incapables d'en faire profiter le tiers, voire la moitié de l'humanité. Nous sommes capables de produire de la nourriture pour tout le monde, suralimentant les gens d'ici, mais refusant

⁴ DANIEL, Jean, Le temps des ruptures, *Nouvel Observateur*, 28 octobre au 3 novembre 2010.

systématiquement de partager équitablement cette nourriture : on évalue à cinq millions le nombre d'enfants en dessous de cinq ans qui meurent de malnutrition chaque année dans les pays pauvres. Pays pauvres ?

« L'«imprévoyance» et la «prodigalité» collectives, caractéristiques des sociétés primitives, sont le signe de l'abondance réelle. Nous n'avons que les signes de l'abondance. Nous traquons, sous un gigantesque appareil de production, les signes de la pauvreté et de la rareté. Mais la pauvreté ne consiste, dit Sahlins, ni en une faible quantité de biens, ni simplement en un rapport entre des fins et des moyens : elle est avant tout un rapport entre les hommes.

Ce qui fonde la «confiance» des primitifs, et qui fait qu'ils vivent l'abondance dans la faim même, c'est finalement la transparence et la réciprocité des rapports sociaux.⁵ » (Baudrillard citant Sahlins)

Une société qui prône la compétition comme principal ferment du progrès et du développement ne peut pas espérer offrir à ses citoyens cette confiance dont parle Sahlins. Nos *ilots consommatifs* constituent autant de prisons dorées. Comme disait le vieux prisonnier dans ce beau film *À l'ombre de Shang Shang*, nous sommes... institutionnalisés.

Aimons-nous les uns les autres

C'est en ce sens, entre autres, que Lipovetsky parle de *bonheur blessé*, de *déréliction*. À voir aller les choses, en effet, on est en droit de se demander si l'être humain est capable d'autonomie, d'introspection, d'intelligence, de générosité, de partage, d'empathie. Parlons donc, justement, d'empathie et d'amour universel. Un petit détour à caractère humaniste, certes, mais qui est loin d'être inutile dans les circonstances actuelles.

Rappelons, en effet, que nous sortons, pour la plupart d'entre-nous, même les plus jeunes, du creuset catholique qui nous enseignait cet amour universel : *Aimez-vous les uns les autres, ne faites pas à autrui ce que vous ne voudriez pas que l'on vous fasse à vous-même*.

Des valeurs hautement spirituelles, des valeurs, en fait, qui ne se sont jamais matérialisées dans la réalité communautaire ou sociologique. Des valeurs qui ne sont pas l'apanage unique du christianisme d'ailleurs et qu'une infime minorité d'individus seulement a réussi à intégrer dans le quotidien. Fernand Dumont, important sociologue québécois, vers la fin de sa vie, se voyait obligé de constater que le catholicisme, tellement dominant jusque dans les années soixante au Québec, tellement ostentatoire aussi, ne possédait pas les racines populaires qu'on lui supposait. En une moitié de décennie seulement, la Révolution tranquille a balayé trois siècles et demi de piété intense... Il y a de quoi être perplexe, en effet.

Ce qui fonde la «confiance» des primitifs, et qui fait qu'ils vivent l'abondance dans la faim même, c'est finalement la transparence et la réciprocité des rapports sociaux nous dit Sahlins. La

⁵ Marshall Sahlins, cité par Jean Baudrillard, *La société de consommation*, p. 110.

transparence et la réciprocité des rapports sociaux. Comment dire autrement que nous avons besoin des autres et que c'est cette absence de réciprocité des rapports sociaux qui met le plus en lumière l'égoïsme dans lequel on s'enferme pour préserver nos privilèges.

Générosité, empathie. Dans le film sur le procès de Nuremberg, le psychologue juif qui essaie de comprendre les bourreaux nazies, il les rencontre un par un, ne peut conclure autrement qu'en constatant leur absence totale d'empathie...

De même, cette anfractuosité dans la tête de l'*homo consumericus* type, est très lourde de conséquences et elle constitue une bonne partie de la réponse à notre question de départ.

L'empathie, l'attention à l'autre, la capacité de s'identifier à l'autre. Le ferment qui unit un être humain à un autre être humain, une société à une autre société.

Pourtant, Sartre affirmait que *l'enfer c'est les autres*. Bien sûr, il voulait dire par là que nous devenons esclaves du regard d'autrui. Chacun intègre ce que les autres lui renvoient comme image et comme attentes, il agit en fonction de ce regard extérieur et des attentes qu'il sous-tend.

Pourtant, il devrait plutôt être essentiellement guidé par la recherche de ses propres équilibres et travailler à redéfinir son rapport à l'autre sur cette base : devenir des sujets économiques *libres, lucides et rationnels*, n'est-ce pas un fort programme de *croissance* personnelle. Et ce programme passe par le devoir de s'informer, de tenir compte des autres pris au sens large, au sens universel et au sens empathique.

On pourrait poursuivre encore longtemps sur la nature humaine, sa psychologie, ses contradictions. J'ai essayé, plutôt que de conclure, d'introduire certains éléments de réflexion qui m'apparaissent essentiels. Il faut approfondir ces éléments. Je suis absolument convaincu que si nous réussissons à nous adresser à l'intelligence des individus plutôt qu'à leurs instincts primaires, nous pourrions alors espérer des changements importants qui iront dans le sens que nous souhaitons.

La décroissance tranquille

Dans le sens de la décroissance. Nous l'avons vu tout au long de cette présentation, le bonheur ne se trouve pas dans la consommation. Les politiciens et les idylles qui nous gouvernent sont encore plus aliénés que la majorité dite *silencieuse*. Ils se font aveuglément les promoteurs du développement économique comme si ce type de développement, encore une fois, était le seul

possible. Peu importe ce que nous faisons, l'important demeure de créer des emplois et de développer tous azimuts.

Eh bien non ! Il faut dire non à cette rhétorique politicienne aveugle et démagogique. Il faut imposer un nouveau discours et trouver un autre type de leadership politique. En Europe, on commence sérieusement à développer des alternatives intéressantes dont les *villes lentes*... les cittislow.

Nous avons vécu la Révolution tranquille, voilà le moment venu pour une *décroissance tranquille*. Nous devons individuellement cesser de consommer n'importe quoi et faire nos choix de manière *libre, lucide et rationnelle*. Nous y avons intérêt psychologiquement, écologiquement et socialement parlant.

Pour une nouvelle définition du consumérisme

En terminant, je dois dire un mot sur notre mouvement de consommateurs, ce qu'on appelle le consumérisme, ici au Québec. Personnellement, je suis absolument imperméable à l'idée d'un tel mouvement si celui-ci ne se définit que par la surveillance et la défense des intérêts des consommateurs, de cette créature sociologique informe et, même, répulsive. Cette notion de consommateur, comme celle de classe moyenne d'ailleurs, constitue un objet non identifié, un ovni sémantique n'ayant d'existence que par le besoin de classer et, surtout, d'inventer un fait social entièrement lié aux besoins de propagande de l'appareil productif de masse. L'être humain est un, inutile de le découper en morceaux pour le définir, nous devons préserver son unicité.

Pourtant, le mouvement de consommateurs, à condition que ses promoteurs se mettent les yeux en face des trous, qu'il s'engage pleinement dans la problématique qui est la sienne, pourrait s'avérer un mouvement socialement utile. Pour cela, bien sûr, à la base, il doit revêtir un caractère internationaliste. Il doit être intimement solidaire de toutes les batailles écologistes. Il doit promouvoir le commerce équitable et encourager les productions agricoles locales. Il doit finalement mettre au centre de son programme la *décroissance* dans les pays riches.

Ici au Québec, parlons de *décroissance tranquille*, le parallèle est, à mon avis, extrêmement évocateur et porteur. Et j'ai une mauvaise et une bonne nouvelle : ce type de consumérisme n'existe pas encore au Québec, il faut l'inventer⁶.

Bertrand Rainville, 10 novembre 2010

⁶ Existe cependant le *Mouvement québécois pour une décroissance conviviale*. Je l'ai découvert en travaillant sur cette présentation. Je ne sais trop qu'en penser, il faudra s'informer.