



de l'Enseignement
et de l'Éducation permanente asbl

rue de la Fontaine 2
1000 Bruxelles
Tél 02 / 511 25 87
www.ligue-enseignement.be

Étude réalisée par
Adrien Plomteux

Éditeur responsable
Roland Perceval
rue de la Fontaine 2
1000 Bruxelles
Tél 02 / 511 25 87

étude



Simplicité volontaire
Pour une vie durable en
quête de bonheur?

Nous remercions
Messieurs Patrick Hullebroeck, directeur de la Ligue de l'Enseignement et de
l'Éducation permanente,
Guy Plomteux et Lucas Stordeur pour leurs conseils et relectures,
Madame Nathalie Masure pour les nécessaires relectures et corrections orthographiques,
Monsieur Éric Vandenneede pour la mise en page,
Madame Aurore Vegas pour l'illustration de couverture.



Avec...

le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Simplicité volontaire

Pour une vie durable en quête de bonheur ?

Une étude d'Adrien Plomteux

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	9
CHAPITRE 1 : DÉFINIR LA SIMPLICITÉ VOLONTAIRE	11
Définition du concept	11
Ce que la simplicité volontaire n'est pas	13
En pratique	14
Objectifs	17
CHAPITRE 2 : QU'EST-CE QUE LE BONHEUR, ET POURQUOI EST-IL IMPORTANT ?	20
CHAPITRE 3 : CONSOMMATION COMME VOIE VERS LE BONHEUR ?	24
Relation entre revenu et bonheur	24
Relation entre Produit intérieur brut et bonheur	28
Croissance économique comme source de bonheur?	31
Explications possibles de ces résultats	33
Critiques sociétales	34
Tapis roulant hédonique	35
Oubli de certains besoins fondamentaux	37
Jeu à somme nulle de la consommation	41
Stabilisation dynamique, impression de manque de temps, absence de « résonance » et burn out	45
CHAPITRE 4 : AVANTAGES PERSONNELS DE LA SIMPLICITÉ VOLONTAIRE ?	51
Études scientifiques sur le niveau de bonheur des adeptes de la simplicité volontaire	54

Lien avec les trois besoins psychologiques	54
Impacts sur le bonheur des activités prônées par la simplicité volontaire	56
Simplicité volontaire augmentant le bonheur de toutes et tous ?	66
Conclusion	69
CHAPITRE 5 : AVANTAGES ENVIRONNEMENTAUX DE LA SIMPLICITÉ VOLONTAIRE ?	71
Baisse d'impact pour les comportements associés	71
Incertitude sur les comportements réellement adoptés et écart comportement-impact	74
Réduction de l'effet rebond	75
Réduction des revenus et du temps de travail, deux mesures très efficaces	77
Une étude sur l'impact environnemental de la simplicité volontaire	79
Une étude sur l'impact environnemental de la simplicité volontaire	79
Conclusion	80
Suffisant pour rester sous les limites planétaires ?	80
Les actions individuelles ne suffisent pas	81
Et dans une « société de la simplicité » ?	82
Bonheur dans une société de la simplicité	85
Conclusion	88
ÉPILOGUE	89
BIBLIOGRAPHIE	90

INTRODUCTION

En 2019, le jour du dépassement, c'est-à-dire la date à laquelle la consommation de ressources de l'humanité durant l'année dépasse les capacités de régénération de la Terre, est tombé le 29 juillet. L'humanité a par ailleurs franchi, ou est sur le point de franchir, quatre des dix limites à ne pas dépasser pour ne pas compromettre les conditions favorables dans lesquelles il est possible de vivre durablement. La situation ne va d'ailleurs pas en s'améliorant. Ainsi, la quantité de gaz à effet de serre envoyée dans l'atmosphère par l'humanité, responsables du changement climatique, continue à augmenter alors même que s'approcher de la neutralité carbone en 2050 semble nécessaire pour éviter des conséquences catastrophiques.

Il est donc de plus en plus évident qu'inverser la tendance exigera des changements importants. Mais quels changements ? Parmi le champ des possibles se trouve la simplicité volontaire. Ce style de vie cherche à diminuer la consommation individuelle en dépensant et travaillant moins dans le but de se recentrer sur des activités que ses adeptes considèrent essentielles, comme de bonnes relations avec ses proches, être en contact avec la nature ou encore avoir des loisirs. Selon ses partisan·e·s, la simplicité volontaire permettrait de vivre une bonne vie tout en ayant un impact environnemental très faible. De nombreux récits nous sont contés sur les excès consuméristes et inégalitaires des sociétés occidentales, et la simplicité volontaire ainsi que d'autres concepts proches – minimalisme, retour à la nature, zéro déchet – ont le vent en poupe.

Pour sortir des clichés sur ce mode de vie, parfois qualifié de solution à tous les problèmes mondiaux et parfois critiqué comme étant « bobo », « gauchiste » ou menant à un « retour à l'âge de pierre », cette étude cherche à déterminer si la simplicité volontaire peut réellement garantir une bonne vie tout en ayant un impact environnemental fortement réduit.

Pour répondre à ces interrogations, on abordera des sujets tels que :

- Quelles sont les pratiques associées à la simplicité volontaire ?
- Qu'est-ce que le bonheur, et pourquoi est-il important ?
- La consommation est-elle un frein au bonheur ? De quoi avons-nous réellement besoin ?
- La simplicité volontaire peut-elle apporter une bonne vie à toutes et à tous ?
- Permettra-t-elle de redescendre sous les limites planétaires ?
- Les efforts individuels sont-ils suffisants pour lutter contre les problèmes

environnementaux ?

- À quoi ressemblerait une société basée sur les principes de la simplicité ?

Cette étude tentera d'apporter un éclairage scientifique sur ces questions, en se basant sur les théories et découvertes les plus récentes. À la fin de cette étude, nous espérons que la lectrice et le lecteur seront capables de décerner les avantages, les limites et les enjeux associés à la simplicité volontaire et, de manière plus générale, de déterminer les changements individuels et collectifs à effectuer pour permettre à toutes et à tous de vivre une bonne vie tout en donnant l'occasion aux générations futures et aux autres espèces de s'y épanouir sur le long terme.

Bonne lecture à toutes et à tous.

Chapitre I : Définir la simplicité volontaire

Le concept présenté dans ce chapitre prend de multiples noms selon les auteur·e·s : « simplicité volontaire », « sobriété volontaire », « frugalité », « suffisance », « éco-suffisance », « sobriété heureuse », « abondance frugale » ou encore « vie simple » (Parrique 2019, p. 302). Tous ces termes font en réalité référence à un concept commun, qui est appelé dans cette étude « simplicité volontaire ».

Définition du concept

La simplicité volontaire est avant tout un mode de vie où les individus choisissent de restreindre ou réduire leur consommation dans le but d'améliorer leur qualité de vie et de réduire leur impact sur l'environnement (Alexander 2015). En diminuant la consommation, les individus peuvent se recentrer sur d'autres activités. Selon Richard Gregg (1936, p. 112), le premier à avoir utilisé le terme « simplicité volontaire », c'est « un ordre et un guidage de notre énergie et de nos désirs, une retenue partielle dans certaines directions afin d'assurer une plus grande abondance de vie dans d'autres directions ». La notion d'abondance est reprise par plusieurs auteur·e·s, notamment chez l'économiste Serge Latouche (2011), qui parle d'« abondance frugale » pour faire référence au fait que la limitation de la consommation mène à d'autres types d'abondances – sociale, esthétique, intellectuelle, spirituelle, etc. La simplicité volontaire défend l'idée que « moins peut être plus » (Parrique 2019, p. 301).

En résumé, selon Samuel Alexander (2015, p. 116), l'un des membres les plus importants du mouvement, la simplicité volontaire vise à « minimiser les dépenses en biens et services de consommation et consacrer progressivement plus de temps et d'énergie à la recherche de sources non matérialistes de satisfaction et de sens [...] tels que des engagements communautaires ou sociaux, plus de temps avec la famille, des projets artistiques ou intellectuels, un emploi plus épanouissant, une participation politique, un mode de vie durable, une exploration spirituelle, la lecture, la contemplation, la relaxation, la recherche du plaisir, aimer, etc. – aucune d'entre elles ne demandant de l'argent, ou beaucoup d'argent ».

La simplicité volontaire est, d'une certaine manière, « la 'voie médiane' entre la surconsommation et la sous-consommation » (Alexander et McLeod 2014, p. 11). « L'objectif n'est pas de vivre avec moins de façon dogmatique » (Elgin 1981, p. 25), mais de trouver un équilibre. La surconsommation est à éviter car « la joie de vivre ne s'achète ni au supermarché ni même dans les magasins de luxe » (Rabhi 2017). La simplicité volontaire cherche donc à déterminer « combien est assez » (Alexander 2015, p. 13).

D'après les adeptes de cette pensée, les individus n'auraient pas besoin d'un niveau aussi élevé de consommation pour vivre une bonne vie. « La plupart des Occidentaux d'aujourd'hui sont prospères au-delà des rêves de leurs grands-parents » (Hamilton 2003, p. xi). L'économiste John Kenneth Galbraith (1958) considérait déjà que les Occidentaux étaient riches bien au-delà du nécessaire, et le célèbre économiste John Maynard Keynes prédisait dans les années 1930 que, grâce à l'augmentation de la productivité, les individus vivant 80 ans plus tard ne travailleraient plus que 15 heures par semaine pour satisfaire leurs désirs de l'époque. Ce que ce dernier n'avait pas vu venir, c'est que de nouveaux désirs sont apparus (Skidelsky et Skidelsky 2012).



Figure 1. L'essayiste et agriculteur Pierre Rabhi est une des figures de proue de la simplicité volontaire en francophonie. Source : domaine public.

Des concepts centraux de la simplicité volontaire sont la suffisance, la frugalité, la modération, la retenue, le localisme et la pleine conscience (Alexander 2015). Ce dernier terme est particulièrement important. Il existe dans ce style de vie une préférence pour la réflexion envers la consommation et la vie en général : c'est privilégier les activités et les actions qui mèneront à la « bonne vie », quelle que soit la signification de ce terme pour la personne en question, tout en impactant le moins possible l'environnement. « Vivre plus volontairement, c'est vivre plus délibérément, intentionnellement et à dessein – en bref, c'est vivre plus consciemment. [...] Agir de manière volontaire, c'est être conscient de nous-mêmes alors que nous nous avançons dans la vie » (Elgin 1981, p. 24).

Selon l'historien de la simplicité David Shi (2007), les principaux attributs de la

vie simple comprennent : une frugalité réfléchie, une suspicion envers le luxe, le respect de la nature, un désir d'autosuffisance, un engagement à une consommation consciencieuse plutôt qu'ostentatoire, une priorisation de la créativité et de la contemplation par rapport aux possessions, une préférence esthétique pour le minimalisme et la fonctionnalité, et un sens de la responsabilité pour une utilisation juste des ressources mondiales. C'est aussi souvent une action de « résistance envers les supposés excès et la débauche du consumérisme » (Evans 2011, p. 552). Elle comporte donc un aspect politique pour beaucoup des personnes pratiquant et défendant ce mode de vie, bien qu'il ne soit pas mis en avant avec autant de force chez chacun·e·s d'entre eux/elles (Alexander 2015).

Ce que la simplicité volontaire n'est pas

Imposée

Ce style de vie doit être choisi. Il ne peut donc pas être imposé de l'extérieur. La personne doit être libre de ses choix. « Nous vivons chacun une vie unique et nous nous trouvons chacun dans des situations différentes, avec des capacités différentes et des responsabilités différentes. Par conséquent, la pratique de la simplicité par une personne, dans une situation, peut très bien impliquer des choses différentes pour une autre personne, dans une situation différente. [...] Ce n'est donc pas aux 'experts', ni à quiconque, de prescrire des règles universelles sur la façon de vivre simplement » (Alexander 2015, p. 124).

Par exemple, il n'est pas nécessaire de retourner à la terre ou de vivre dans une communauté autonome de type éco-village ou hippie pour vivre en accord avec la simplicité volontaire (Alexander 2015). En résumé, il existe une infinité de modes de vie volontairement simple. Pour autant, il ne faut pas tomber dans un style de vie qui semble simple mais qui, en réalité, est basé sur une forte consommation. Les objectifs derrière la simplicité volontaire, détaillés dans la suite, ne sont pas qu'individuels. Ils sont également environnementaux et sociaux. Donner l'impression de vivre une vie simple pour avoir une bonne image de soi-même ou renvoyer une bonne image auprès des autres ne peut pas être considéré comme suffisant (Shi 2014).

Synonyme de pauvreté

Dans le même ordre d'idées, la simplicité ne peut pas être subie. Elle doit être choisie, et les personnes ayant trop peu de consommation que pour remplir leurs besoins de base ne suivent pas un style de vie en accord avec la simplicité volontaire (Alexander 2015; Parrique 2019). Cette idée est défendue avec force par de nombreux/ses auteur·e·s. L'idée que « moins peut être plus » ne peut

s'appliquer que pour ceux qui ont déjà assez. Il serait indécent de dire à des personnes n'ayant pas suffisamment pour vivre que réduire leur consommation peut améliorer leur vie. La pauvreté n'est pas non plus vénérée ou adorée au sein du mouvement : « La pauvreté involontaire génère un sentiment d'impuissance, de passivité et de désespoir » (Elgin 1981, p. 27), ce qui est tout le contraire de l'objectif de départ. La simplicité volontaire n'est donc pas synonyme de pauvreté ou de misère. Cependant, même pour les personnes n'ayant pas suffisamment, le concept peut aider à se concentrer sur ce qui est essentiel, et ne pas prioriser certaines consommations n'apportant pas grand-chose.

Synonyme d'ascétisme

La simplicité volontaire n'est pas équivalente à l'ascétisme si celui-ci est compris comme se serrer la ceinture de manière tellement sévère qu'elle en devient un sacrifice (Parrique 2019). Il s'agit de trouver la « voie médiane ». Comme le dit David Shi (2014, p. 18), « toute vertu poussée trop loin peut devenir contre-productive ».

Épargne

Vivre de manière simple ne doit pas être confondu avec faire des économies ou épargner parce que, dans ce cas, l'acte de consommation est simplement reporté à plus tard (Evans 2011, p. 552).

Anti-technologie

Choisir de vivre simplement « ne signifie pas renoncer sans discernement à tous les avantages de la science et de la technologie. Cela ne signifie pas vivre dans une grotte, renoncer à tous les avantages de l'électricité ou rejeter la médecine moderne. Mais cela remet en question l'hypothèse selon laquelle la science et la technologie sont toujours les voies les plus fiables vers la santé, le bonheur et la durabilité » (Alexander 2015, p. 119). Ce mode de vie implique plutôt « d'adopter une position sceptique réfléchie par rapport à la technologie, et de rejeter les aspects qui semblent coûter plus cher que ce qu'ils n'apportent, toutes choses prises en compte » (Ibid, p. 119). Le mouvement ne prône donc pas non plus un retour à un passé idéalisé.

En pratique

Même s'il existe de nombreuses manières de pratiquer la simplicité volontaire, certaines sont mises en avant au sein du mouvement. La réalité de ce style de vie est néanmoins bien plus complexe et diverse que le résumé présenté ici (Alexander 2015).

Argent

L'argent est un élément central de la simplicité volontaire puisque la consommation se fait par ce biais. En dépensant moins, on consomme moins. L'idée est de dépenser ce qui est nécessaire, de découvrir ce qui est réellement suffisant (Dominguez et Robin 2018). Par ailleurs, la simplicité volontaire tente de prendre conscience de la vraie valeur des biens et services. Celle-ci n'est pas seulement monétaire, mais aussi sociale et environnementale. Prendre ces différents éléments en considération permet d'atteindre une consommation plus consciencieuse, réfléchie. Il est important de rappeler que la manière de dépenser son argent est un acte politique, dans le sens où les achats participent à changer les produits et services mis en vente.

Logement



Figure 2. Micromaison à Portland, aux États-Unis. Source : Wikimedia. Licence CC BY 2.0.

« Le logement est généralement la plus grande dépense au cours de la vie, de sorte que ceux et celles qui vivent simplement doivent réfléchir particulièrement attentivement à l'endroit où ils/elles vivent et pourquoi, et quelle proportion de leur vie ils/elles sont prêt·e·s à passer à la recherche d'un 'plus bel' endroit où vivre. De quel type d'abri a-t-on besoin pour bien vivre et être libre ? » (Alexander 2015, p. 125). Le secteur du logement est par ailleurs l'une des premières sources d'impact environnemental au niveau mondial. Habiter dans une maison plus petite, moins « sophistiquée » et plus près de son lieu de travail peut permettre de réduire les dépenses, de gagner du temps et de réduire son empreinte écologique. Certain·e·s adeptes de ce mode de vie privilégient des habitats partagés ou une micromaison, aussi appelée « tiny house » – cf. Figure 2.

Habillement

Une large part des dépenses est dévolue à l'habillement. D'après les adeptes de la simplicité, la raison première à ces dépenses serait devenue « la démons-

tration ostentatoire de son statut et de sa richesse » (Alexander 2015). Les membres du mouvement ne tardent pas à rappeler que l'utilité première d'un vêtement est de garder chaud, tout en mettant en avant les impacts environnementaux et sociaux associés à ces produits.

La simplicité volontaire a tendance à sortir de la logique du « fast fashion » et de la mode changeant chaque année. L'idée n'est pas nécessairement de s'habiller « sans goût » et sans recherche esthétique, mais au moins de consommer autrement, notamment en privilégiant la qualité à la quantité, en réparant, en achetant de seconde main, artisanal ou local.

Consommation

Ces pratiques ne se limitent pas à l'habillement, et s'appliquent en réalité à tout type de consommation, matérielle ou non : « Avant d'acheter quoi que ce soit, déterminez si vous pouvez le fabriquer, l'emprunter, vous en passer, réparer celui que vous avez déjà ou l'obtenir gratuitement. Combien de temps durera-t-il, à quelle fréquence sera-t-il utilisé, pouvez-vous le partager avec d'autres, pourrez-vous le recycler ou le réutiliser lorsqu'il cessera de fonctionner? Si cela coûte 5\$, demandez-vous si cela vaut une heure de votre vie. Sinon, faites sans » (Oakes 2000). La consommation privilégiée peut par ailleurs être celle créant du lien, facilitant les relations entre les individus (Parrique 2019).

Travail

Le travail est un élément central de la vie moderne. Il occupe énormément de temps et c'est par son biais que la majorité des revenus sont collectés. C'est donc de cette manière que les individus récoltent l'argent servant à des consommations pas toujours nécessaires. C'est également le travail qui implique l'augmentation de la production mondiale, dégradant l'environnement.

La réduction du temps de travail est donc privilégiée. Celui-ci doit permettre de pouvoir consommer suffisamment, mais pas trop (Alexander 2015). Un travail qui a du sens est également recherché dans le but de vivre une vie épanouie et en accord avec ses valeurs.

Temps

Choisir de vivre une vie simple implique généralement de transformer son rapport au temps. En sortant de la nécessité de gagner toujours plus d'argent pour consommer, les adeptes de la simplicité volontaire privilégient une vie plus lente, plus en accord avec ce que les humains ont été habitués au cours de leur évo-

lution (Segal 1999, p. 160). « L'être humain a véritablement besoin de vie et de temps pour ne rien faire. Nous sommes dans une pathologie du travail, où toute personne qui ne fait rien est forcément un fainéant » (Rabhi 2017). Le temps n'est cependant pas perdu, il sert à réfléchir aux événements de la vie, à se préoccuper et à prendre soin de ses proches, à contempler, à méditer, etc. Prendre le temps est primordial à ce mode de vie.

Alimentation

Il existe de nombreuses manières d'associer l'alimentation à la pratique de la simplicité, comme « manger local, bio, modérément au restaurant, moins ou pas de viande, simplement, légèrement et de manière créative et, dans la mesure du possible, cultiver ses propres fruits et légumes » (Alexander 2015, p. 125), notamment en utilisant des pratiques agroécologiques (Rabhi 2010).



Figure 3. Le mouvement « Slow Food » s'inscrit dans la logique de consommation alimentaire simple. Source : domaine public.

Voyage

Le tourisme représente une part de plus en plus importante des émissions de gaz à effet de serre mondiales. De nombreux·ses touristes ont par ailleurs tendance à vouloir visiter le plus d'endroits possibles sans prendre le temps d'en saisir réellement la beauté et la complexité. Le tourisme est un moyen d'améliorer son statut social, notamment en postant des photos sur les réseaux sociaux. En opposition avec ces caractéristiques, un adepte de la simplicité volontaire pourrait éviter de prendre l'avion, privilégier les déplacements sur place en train, à vélo ou à pied tout en prenant le temps de visiter (Parrique 2019, p. 304).

Objectifs

La simplicité volontaire est un mode de vie qui va à contre-courant de la société actuelle (Alexander 2015). Elle met en doute l'idée largement répandue – parfois inconsciemment – que plus de consommation mène à de bonnes choses, et défend au contraire l'idée que « moins peut être plus » (Parrique 2019, p. 301), et ce à plusieurs niveaux décrits ci-dessous.

Personnel

Selon ses adeptes, la simplicité volontaire augmenterait la qualité de vie. Ils ou elles sont généralement critiques du mode de vie moderne. « Nous nous sommes convaincus de dépenser de l'argent que nous n'avons pas pour des choses dont nous n'avons pas besoin pour créer des impressions qui ne dureront pas sur des personnes qui ne nous intéressent pas » (Jackson 2009). Une idée très répandue au sein du mouvement est que « le bonheur n'est pas dans la possession, dans l'avoir, mais dans l'être » (Rabhi 2017). En adoptant ce style de vie, on vivrait donc mieux. L'accent est souvent mis sur la liberté ressentie par le fait de sortir de la course à la consommation, puisque celle-ci serait devenue « obligatoire » dans les sociétés occidentales. La vie serait rendue plus facile car la simplicité volontaire permettrait de s'affranchir des contraintes du monde moderne (Gorz 1993, p. 61). On retrouverait de cette manière son libre-arbitre et on serait de nouveau capable de déterminer soi-même ses objectifs de vie (Parrique 2019).

Le rythme de vie serait également ralenti (Parrique 2019), et le temps gagné permettrait de se focaliser sur certains aspects essentiels de la vie qui seraient négligés dans les sociétés modernes. Ce serait « une manière de vivre qui est simple de l'extérieur mais riche de l'intérieur, [...] un choix délibéré de vivre avec moins dans la conviction que plus de vie nous sera rendue dans le processus » (Elgin 1981).

En somme, comme résumé par Pierre Rabhi (2017), « la sobriété est une option heureuse qui produit une vie allégée, tranquille et libre ». L'hypothèse est donc que la simplicité volontaire mène à un plus haut niveau de bonheur.

Environnemental

L'aspect environnemental est primordial pour les partisan·e·s du mouvement (Alexander 2015; Parrique 2019; Elgin 1981, p. 45). Tout d'abord, il existe un scepticisme envers la capacité des technologies présentes et futures à parvenir à réduire suffisamment l'empreinte écologique de l'humanité. Ensuite, la consommation, quelle qu'elle soit, a toujours un impact environnemental (Alexander 2015, p. 122). Par conséquent, en diminuant la consommation et se satisfaisant de ce qui est assez, la simplicité volontaire a pour objectif de réduire l'empreinte écologique de l'humanité.

Social

Deux objectifs sociaux sont souvent mentionnés (Alexander 2015, p. 121-122). Premièrement, le fait de moins se concentrer sur la consommation permet de

recentrer l'attention sur les relations sociales. Le temps gagné en consommant moins est utilisé, par exemple, pour voir et prendre soin de sa famille et de ses ami·e·s ou pour faire du volontariat. Il y a donc un aspect social important au sein du mouvement.

Deuxièmement, vivant dans un monde aux ressources finies, les adeptes de ce mode de vie considèrent que la consommation qui n'est pas effectuée est une consommation qui pourra être effectuée par quelqu'un d'autre qui en aura plus besoin. « Il est difficile d'imaginer comment les problèmes de pauvreté seront résolus si les personnes matériellement riches [...] continuent à chercher des niveaux de consommation toujours plus élevés. [...] Aussi difficile que cela puisse être à admettre, une partie nécessaire de la solution à la pauvreté implique que les membres de la classe mondiale des consommateurs/rices fassent preuve d'une retenue éclairée et compatissante » (Alexander 2015, p. 122). Dans la bouche de Gandhi (cité dans Parrique 2019), cela donne : « vivre simplement pour que les autres puissent simplement vivre ».

Dans la suite dans cette étude, on évaluera si la simplicité volontaire permet réellement d'être plus heureux/se – cf. Chapitre 2 pour une explication du concept de « bonheur » – et de réduire l'impact sur l'environnement.

Chapitre 2 : Qu'est-ce que le bonheur, et pourquoi est-il important ?

Le bonheur est un concept central dans cette étude. Pourtant, il est souvent nébuleux et compris de manière différente selon les individus et les cultures. Il n'est ainsi pas aisé de faire la différence entre « bonne vie », « bien-être », « joie », « qualité de vie », « contentement », « plaisir », « allégresse » ou encore « bonheur » dans le langage commun. Pour compliquer davantage les choses, ces notions n'ont pas exactement la même signification d'une langue à l'autre. Par exemple, la traduction usuelle de « bonheur » en anglais, « happiness », n'a pas la même signification. Le constat est identique pour « felicità » en italien ou encore « glücklich » en allemand (Lolle et Andersen 2016). Dans la suite de cette étude, on fera abstraction de ces différences dans le langage courant, et on prendra comme convention que le mot « bonheur » fait référence à la définition donnée ci-dessous. On évitera de cette manière la confusion entre différents termes.

Il est bon de directement préciser qu'il n'existe pas à l'heure actuelle de consensus clair sur ce qu'est le bonheur. La vision présentée ci-dessous, bien qu'elle soit de plus en plus acceptée dans le monde académique, notamment dans les sciences sociales, ne doit pas être vue comme universelle, sans controverse ni acceptée de toutes et tous.

Pour commencer, d'après le philosophe suédois Bengt Brülde (2007), écrivant dans la revue académique de référence sur les questions liées au bonheur, les philosophes ont formellement défini le concept comme ce qui a de la valeur finale. Le bonheur est donc d'abord une valeur : « Être à un niveau élevé de bien-être [l'auteur utilise le mot "bien-être" au lieu de "bonheur", mais il précise que le sens qu'il donne au mot "bien-être" – souvent préféré en philosophie – est identique à celui de "bonheur", ndlr] [...], c'est simplement avoir beaucoup de valeur finale positive (et peu ou pas de valeur finale négative) dans sa vie » (Brülde 2015, p. 83). Le bonheur est ensuite une valeur finale, c'est-à-dire que les valeurs prises en compte sont celles étant des fins et non des moyens. « Par exemple, il est presque toujours bon pour une personne qu'elle gagne beaucoup d'argent ou qu'elle reçoive la nourriture dont elle a besoin, mais ces choses devraient-elles vraiment être incluses dans [son bonheur] ? Les philosophes ne le pensent pas, et la raison est que ces choses sont seulement bonnes pour nous en tant que moyens, c'est-à-dire que leur valeur est simplement instrumentale » (Brülde 2007, p. 2). Ainsi, le bonheur est « constitué par les choses (situations, événements ou états de choses) qui sont bonnes comme fins, ou autrement dit, qui ont une valeur finale pour une personne » (Brülde 2007, p. 2).

Reste à définir quelles sont les valeurs finales en question. Au cours des années, plusieurs « théories du bonheur » ont été mises au point, c'est-à-dire des théories sur ce qui a de la valeur pour les individus, et pourquoi. On se bornera ici à présenter deux conceptions du bonheur – il en existe d'autres – cf. Brülde (2007) et Thin (2012).

La première est la conception « subjective », qui fait référence au fait qu'une personne ait elle-même le dernier mot sur ce qui a de la valeur pour elle. De cette conception découle la notion de « bien-être subjectif », tel qu'il est nommé dans les cercles académiques. Le bien-être subjectif est défini comme « l'évaluation affective et cognitive de sa propre vie » (Diener et al. 1999). De ce point de vue, avoir un haut niveau de bonheur, « c'est évaluer cognitivement sa vie dans son ensemble d'une manière positive ainsi que se sentir bien globalement » (Brülde 2015, p. 84). Il existe plusieurs méthodes d'évaluation du bien-être subjectif. La plus utilisée consiste en la réponse aux deux questions suivantes (World Value Survey 2020) :

- Pour l'aspect cognitif : « Tout bien considéré, à quel point êtes-vous satisfait·e de la vie que vous menez en ce moment ? Utilisez une échelle de 0 à 10, où 0 est pas du tout satisfait·e et 10 est très satisfait·e ».
- Pour l'aspect affectif : « Tout bien considéré, diriez-vous que vous êtes très heureux·se, plutôt heureux·se, pas très heureux·se ou pas du tout heureux·se ? »

Il n'existe pas qu'une seule méthode d'évaluation du bien-être subjectif. Certaines techniques se limitent à la première question présentée ci-dessus, étant donné que les réponses aux deux questions sont souvent assez proches (Alexandrova 2012). Dans ce cas, on dit que la « satisfaction de vie » a été étudiée. D'autres méthodes sont beaucoup plus poussées, se basant par exemple sur des interviews de l'individu en question et de ses proches, de l'étude de son passé, de sa personnalité, de sa culture, de la lecture de ses journaux intimes ainsi que de scans du cerveau (Thin 2012). Les résultats obtenus par ces méthodes paraissent intuitivement plus précis et fiables. Elles semblent ajouter une certaine objectivité, mais prennent beaucoup plus de temps à être réalisées.

La seconde est la conception « objective », se focalisant sur « plusieurs valeurs objectives (en plus de l'évaluation subjective précitée) qui rendent la vie bonne pour une personne, indépendamment de ce qu'elle en pense elle-même » (Ibid, p. 85). Ces caractéristiques peuvent être l'amitié, l'amour, le savoir, la justice, la liberté, etc.

L'approche objective est favorisée par certain·e·s, principalement parce que la conception subjective promouvrait une vision hédonique de la vie, que son

évaluation habituelle serait vague et imprécise ou encore que son interprétation dépendrait de la culture et de la langue des individus (Skydelsky et Skidelsky 2012; Lamb et Steinberger 2017).

Le bien-être subjectif comporte également un autre problème important. En effet, il est altérable par des processus externes, en prenant des antidépresseurs par exemple (Alexandrova 2012). Un haut niveau de bien-être subjectif atteint à l'aide d'un tel procédé ne peut pas être considéré comme faisant référence à une personne ayant une bonne vie. Brülde (2015, p. 85) considère que le bonheur doit être « authentique ». L'impact de cette altération est cependant encore mal compris.

L'approche subjective est favorisée par d'autres, principalement parce qu'elle a la vertu de se baser précisément sur ce que les individus pensent et ressentent. Autre avantage, les résultats peuvent être étudiés empiriquement et avec des outils statistiques (Brülde 2015). Elle est par ailleurs capable de répondre à plusieurs des objections de ses détracteurs/rices. Premièrement, elle s'est avérée très loin de simplement mesurer le plaisir (Thin 2012, pp. 36-37). Elle permet d'ailleurs à plusieurs conceptions du bonheur de coïncider, l'importance de chacune d'entre elles étant propre à l'individu lui-même – cf. Tableau 1. Deuxièmement, l'évaluation subjective a « montré une forte validité et fiabilité » (Thin 2012, p. 97), notamment quand les réponses aux questionnaires par les individus ont été mises en perspective avec les écrits de ces mêmes individus, que l'activité cérébrale a été étudiée ou encore que des interviews avec les proches ont été réalisées. Troisièmement, elle dépend assez peu de la culture dans laquelle vit l'individu, sans nier son impact (Veenhoven 2012). Enfin, les résultats obtenus par l'étude du bien-être subjectif sont corrélés à plusieurs caractéristiques qui sont souvent considérées comme des mesures « objectives » du bonheur, comme les relations sociales, la justice, l'égalité, la liberté, la démocratie, l'éducation et la santé (Veenhoven 2012, p. 461; Diener 2009).

Conception	Explication
Hédonique	Mes activités me font du bien. J'apprécie ma vie.
Satisfactionniste/Réalisation des désirs	Je reçois ce que je veux.
Holistique/Intégrative	Ma vie dans son ensemble a du sens.
Prudente	Mes activités sont bonnes pour moi.
Vertueuse/Altruiste	Mes activités sont bonnes pour les autres. Ma vie est utile.
Perfectionniste/Eudémonique	Mes activités sont exemplaires. Je remplis mon potentiel.

Tableau 1. Différentes conceptions du bonheur pour les individus. Source : Adaptation de Thin (2012).

Étant donné ces différents éléments ainsi que le fait que les cercles académiques la privilégient de plus en plus, le bien-être subjectif sera l'approche favorisée dans cette étude. Avoir un haut niveau de bien-être subjectif – qui sera appelé « bonheur » dans la suite – est considéré comme primordial à la vie humaine, et il est important de le maximiser tant au niveau individuel que sociétal (Clark et al. 2018). Le fait qu'elle soit centrale ne signifie pas que d'autres valeurs ne doivent pas être prises en considération et également maximisées. Le bonheur n'est pas le seul élément important à la vie humaine. La justice, l'égalité, la liberté ou encore la santé sont essentielles en soi. Même si l'étude se base principalement sur le bonheur, ces éléments ne seront pas oubliés.

Chapitre 3 : Consommation comme voie vers le bonheur ?

« On s'est mis à penser que le seul moyen d'accomplir son humanité, de la développer, c'était de consommer ». Cette phrase du philosophe Dominique Bourg (2015, de 45:36 à 45:43) met en évidence l'importance de la consommation dans la vie des Occidentaux. On parle même de consumérisme pour faire référence à l'ordre social et économique dans lequel la consommation de biens et services est considérée comme un progrès social (Jackson et Pepper 2011). Qu'elle serve à se nourrir, se loger, augmenter son confort, vivre une expérience hors du commun ou encore élever son statut, la consommation est un élément primordial de la vie moderne. Jackson et Pepper (2011) défendent même l'idée que le consumérisme aurait sous certains aspects remplacé les religions traditionnelles pour de nombreuses populations des pays du Nord, et aurait ainsi comblé le « vide laissé par Dieu » dans nos régions de moins en moins pieuses.

La consommation est devenue une des raisons d'être de nos sociétés. Beaucoup de gens se lèvent le matin pour gagner un maximum d'argent dans le but de pouvoir consommer. La même logique s'applique au niveau des nations. Chacune d'entre elles vise à être la plus riche possible, en ayant la plus grande croissance économique et en essayant d'avoir l'économie la plus grande et la plus « compétitive ». Les pays du Sud, généralement injustement qualifiés « pays en développement », doivent se « développer », ce qui signifie en pratique maximiser la croissance économique et le progrès matériel (Escobar 2018).

Cette vision du monde sous-entend que la consommation et l'acquisition de richesses sont bonnes tant pour les êtres humains que pour les sociétés elles-mêmes. Elles devraient en particulier amener un niveau supérieur de bonheur. Le but de ce chapitre est de vérifier si c'est bien le cas, en se basant sur les dernières données disponibles à ce sujet. Puisque le niveau de richesse prédit de manière très précise le niveau de consommation (McGlade 2020), commençons par examiner le lien entre richesse et bonheur.

Relation entre revenu et bonheur

Tout d'abord, il semble qu'il existe, au niveau individuel, un lien entre revenu et bonheur au sein d'un même pays. La Figure 4 reprend les résultats pour 9 pays du Nord. L'axe vertical représente le niveau de satisfaction de vie – la composante cognitive du bonheur, celle-ci étant une expression assez fiable du bonheur tels que compris dans cette étude ; cf. Chapitre 2 pour les détails à ce sujet – et l'axe horizontal représente le logarithme du revenu. On remarque que, dans la majorité des cas, la satisfaction de vie augmente plus on monte dans les tranches de re-

venu du pays. Ces résultats ne sous-entendent pas que chaque personne haussant son revenu sera plus satisfaite de sa vie mais que, en moyenne, les individus avec des revenus plus élevés ont une plus haute satisfaction de vie. En agglomérant tous les résultats obtenus au niveau des nations prises individuellement, la Figure 5 représente la tendance globale d'élévation du niveau de satisfaction de vie au sein des pays avec la hausse des revenus au niveau individuel.



Figure 4. Graphiques du niveau de satisfaction de vie en fonction des tranches de revenu dans 9 pays du Nord. Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017) à partir de données de la Banque Mondiale et du Gallup World Poll. Licence CC-BY.

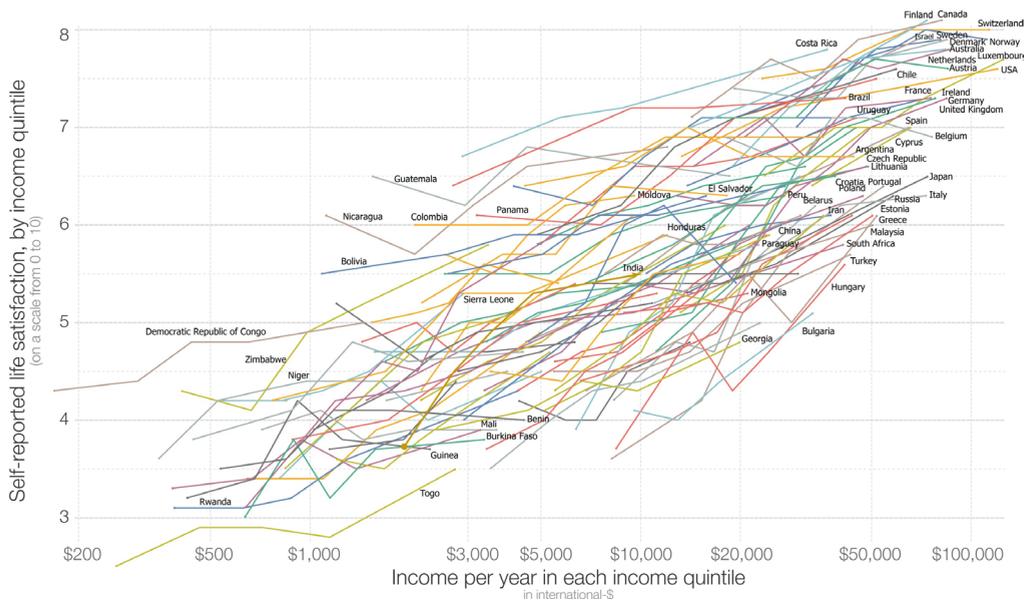


Figure 5. Agrégation pays par pays de la satisfaction de vie selon la distribution de revenu. Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017). Licence CC-BY.

L'échelle logarithmique n'a pas été choisie par hasard. En effet, de nombreuses études ont mis en évidence le fait que le bonheur est corrélé, non pas au revenu, mais au logarithme de celui-ci (Diener et al. 2013). En pratique, cela signifie que plus le revenu individuel croît, et moins la hausse supplémentaire de revenu augmente le bonheur – cf. Figure 6 pour une représentation graphique de cette phrase. Dans le cas de figure étudié, les personnes à hauts revenus ne deviennent, en moyenne, pas beaucoup plus heureuses en augmentant leurs revenus. Par contre, la hausse de revenu aura un impact considérable sur le bonheur des populations pauvres.

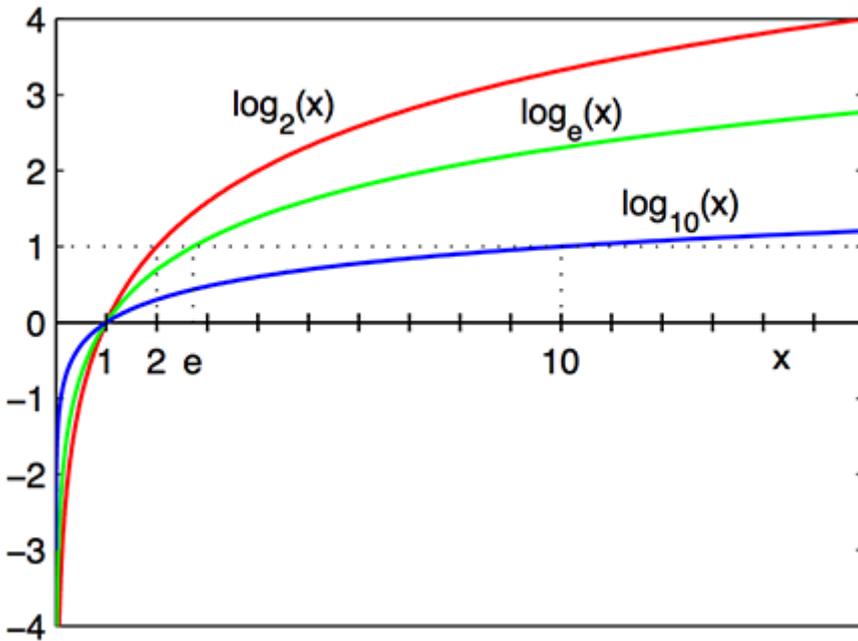


Figure 6. Exemple de courbes logarithmiques. La relation entre revenu et bonheur observée au sein des pays est de ce type. Source : Richard F. Lyon. Licence CC BY-SA 3.0.

Par ailleurs, bien qu'il existe effectivement un lien entre le bonheur et le logarithme du revenu, celui-ci n'est pas très puissant (Biswas-Diener 2008; Easterlin et al. 2010; Inglehart et al. 2008). Une personne à haut revenu aura en moyenne tendance à être plus heureuse qu'une personne à moins haut revenu, mais il existe une très grande variabilité. En d'autres termes, il existe de nombreux individus à haut revenu n'étant pas heureux, et il existe de nombreuses personnes à bas revenu ayant un haut niveau de bonheur.

Pour illustrer le faible lien entre revenu et bonheur, les plus riches Américain·e·s, listé·e·s dans le classement Forbes, ne sont pas beaucoup plus heureux que des groupes généralement considérés comme pauvres en termes monétaires et ne consommant presque rien, tels que les Maasais au Kenya et les groupes religieux Amish (Biswas-Diener 2008) – cf. Tableau 2. Et encore, de nombreux riches Américain·e·s ont des problèmes de santé mentale – un peu moins de 6% ont subi une dépression en 2015, taux légèrement inférieur au reste de la population (Weinberger et al. 2018) – soignés à l'aide d'onéreux traitements psychologiques et médicamenteux. Même en atteignant un niveau élevé de bonheur, difficile de conclure que les Américain·e·s ayant recours à un tel niveau de traitement aient réellement une bonne vie.

Groupe	Niveau de bonheur (sur une échelle de 1 à 7)
Américain·e·s les plus riches	5,8
Amish de Pennsylvanie	5,8
Maasaïs au Kenya	5,7
Population suédoise, pays ayant un des plus hauts niveaux de bonheur	5,6

Tableau 2. Niveau de bonheur pour plusieurs groupes particuliers. Source : Diener et Seligman (2009, p. 219).

Relation entre Produit intérieur brut et bonheur

Le Produit intérieur brut (PIB) représente la quantité de biens et services produits dans un pays au cours d'une année, et est généralement considéré comme la mesure de la taille de l'économie. Suivant le raisonnement du début de chapitre, une économie de plus grande taille devrait mener ses citoyen·ne·s à de plus hauts niveaux de richesse et de consommation, et donc à un plus niveau de bonheur. La Figure 7 montre que c'est effectivement le cas. Plus un pays a un haut PIB par habitant·e et plus le niveau moyen de satisfaction de vie y est élevé. Néanmoins, cette figure est de nouveau à l'échelle logarithmique. La Figure 8 reprend les mêmes données mais remises à l'échelle habituelle. En regardant cette dernière en détail, on réalise que le niveau de richesse d'une nation importe beaucoup moins une fois un certain niveau de richesse atteint. Les pays les plus riches ne semblent pas nécessairement plus heureux – ou beaucoup plus heureux – que des pays moins riches. Plusieurs nations ont également un haut niveau de satisfaction sans pour autant être des pays très riches. Le Costa Rica a ainsi un bonheur parmi les plus élevés tout en ayant un PIB par habitant·e d'environ 15.000 dollars, soit presque trois fois moins que la Belgique. L'Ouzbékistan atteint 6.42 de satisfaction de vie, soit 0.5 de moins que la Belgique, alors que son PIB est presque 7 fois inférieur à celui de notre pays.

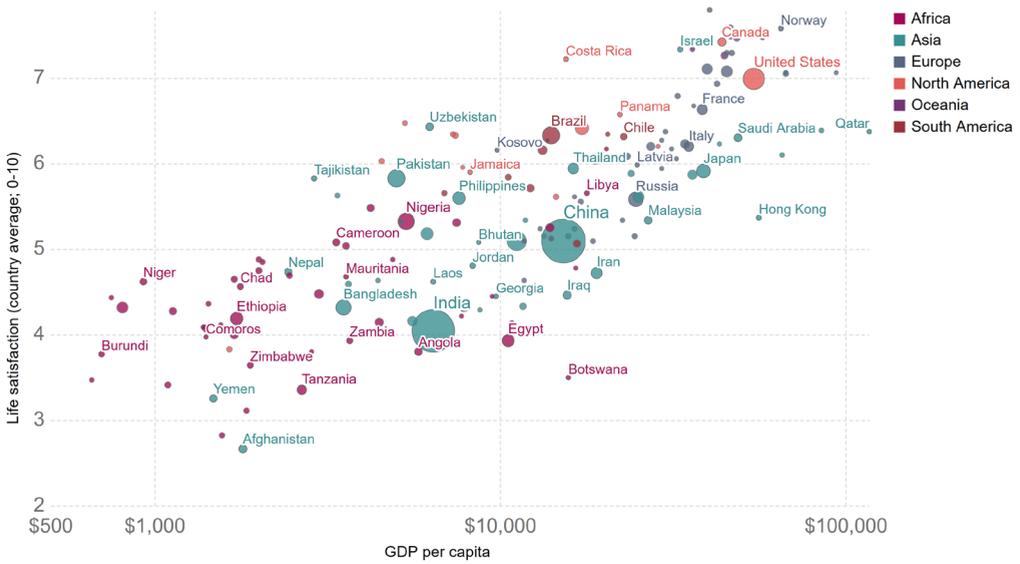


Figure 7. Lien en échelle logarithmique entre satisfaction de vie et PIB par habitant-e en 2017. Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017). Licence CC-BY.

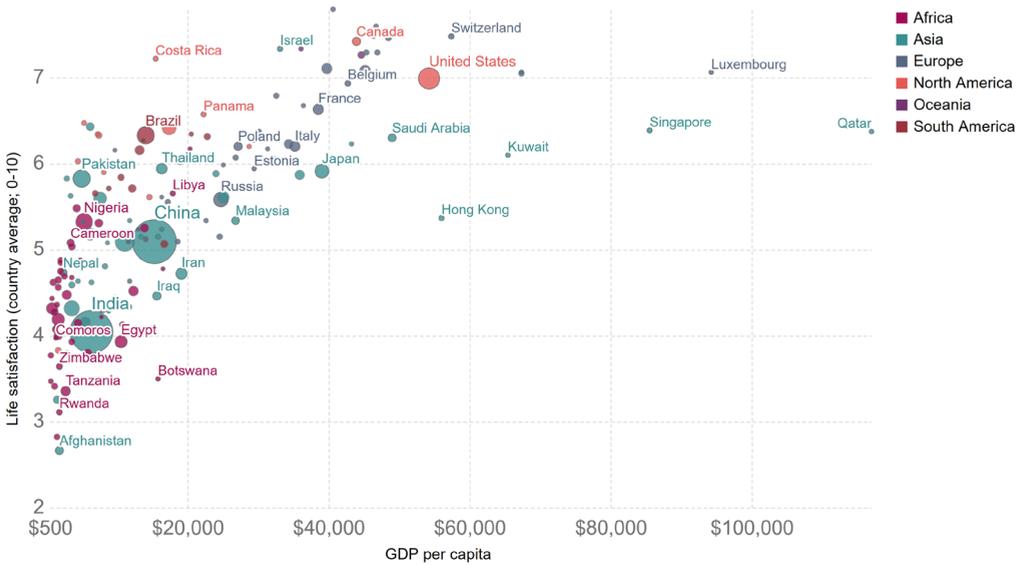


Figure 8. Les mêmes données que la Figure précédente remise à l'échelle habituelle. Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017). Licence CC-BY.

Par ailleurs, ce résultat ne se limite pas à la notion de bonheur. Des résultats similaires ont été obtenus dans le domaine de la santé et de l'éducation. La Figure 9 met en évidence le lien entre l'espérance de vie et le PIB par habitant-e en 1800,

1950, 1980 et 2012. La Figure 10 représente la relation entre les résultats d'apprentissage scolaire¹ et le PIB par habitant·e en 2015. Dans les deux cas, il existe un lien entre les deux variables mais, comme pour le bonheur, l'accroissement du PIB par habitant·e influe de moins en moins au fur et à mesure que l'indicateur en question augmente. C'est une relation logarithmique. De plus, il existe des nations plutôt pauvres réussissant mieux que des pays riches dans ces domaines. Cuba a ainsi une espérance de vie semblable aux États-Unis, alors que celle du Chili ou du Costa Rica sont plus élevées (Roser et al. 2019). Le Vietnam atteint une qualité d'éducation similaire ou supérieure à la majorité des pays d'Europe de l'Ouest, avec un PIB par habitant·e de 6 à 12 fois inférieur. Et ainsi de suite.

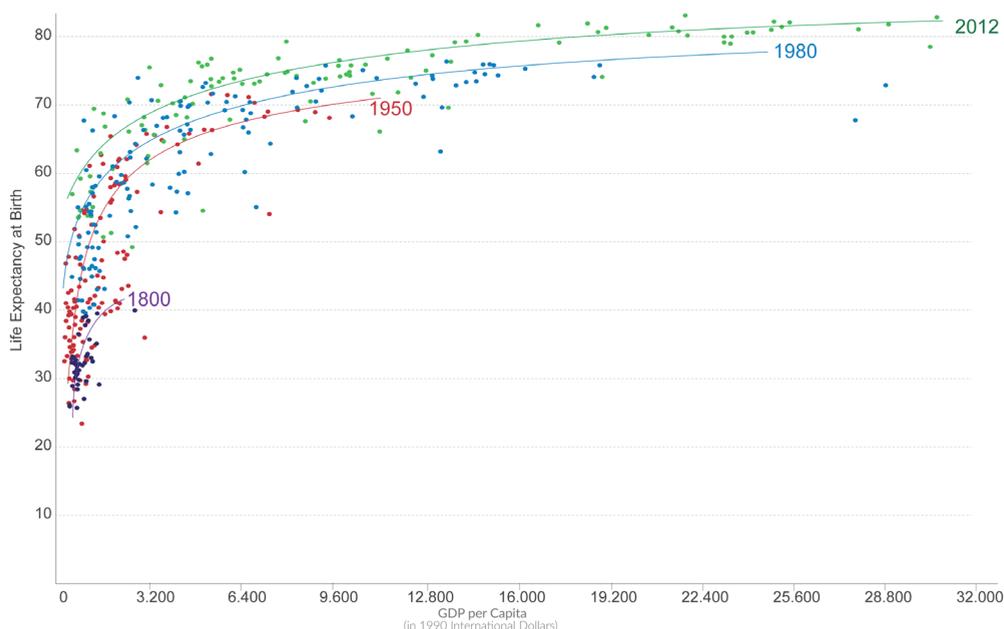


Figure 9. Lien entre espérance de vie et PIB par habitant·e en 1800, 1950 et 2012. Source : Roser et al. (2019). Licence CC-BY.

¹ Les données concernant les résultats d'apprentissage sont basées sur Altinok et al. (2018), qui ont créé une méthodologie pour comparer les différents tests internationaux.

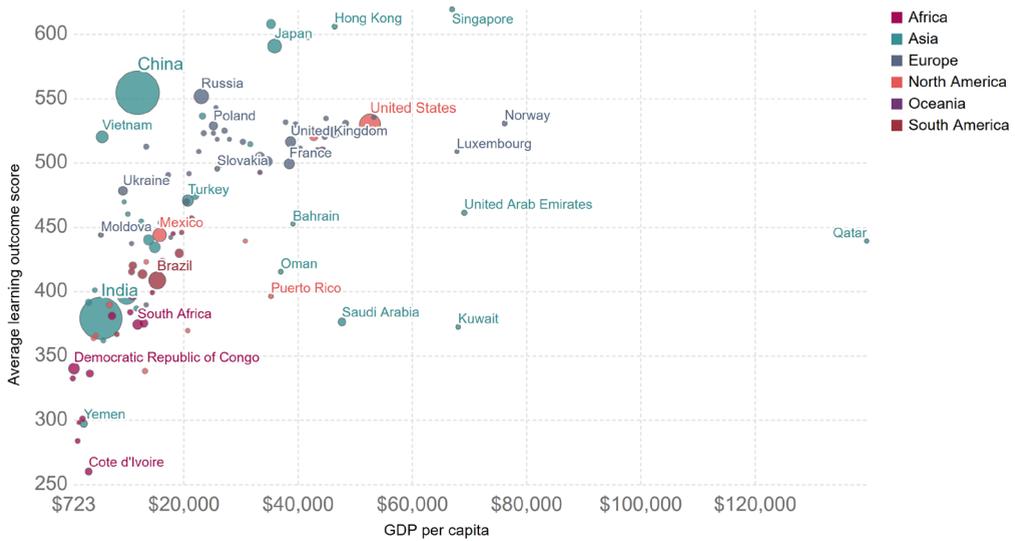


Figure 10. Lien entre résultat d'apprentissage moyen et PIB par habitant-e en 2015. Source : Roser et Ortiz-Ospina (2016). Licence CC-BY.

Croissance économique comme source de bonheur?

La croissance économique ne semble pas avoir mené à une augmentation du bonheur dans les pays du Nord ces dernières décennies (Fanning et O'Neill 2019). Pour illustrer, la Figure 11 reprend l'évolution de la satisfaction de vie entre 2005 et 2018 pour certains pays du Nord ayant eu une croissance économique sur la période. Il ne semble pas y avoir de tendance à la hausse dans ces pays. La Figure 12 représente l'évolution sur 30 ans du pourcentage d'individus se considérant comme heureux – une évaluation plus affective du bonheur que dans les graphiques précédents – dans plusieurs pays du Nord. Il ne semble pas non plus y avoir une tendance claire à la hausse du bonheur ou, si c'est le cas, celle-ci est très faible.

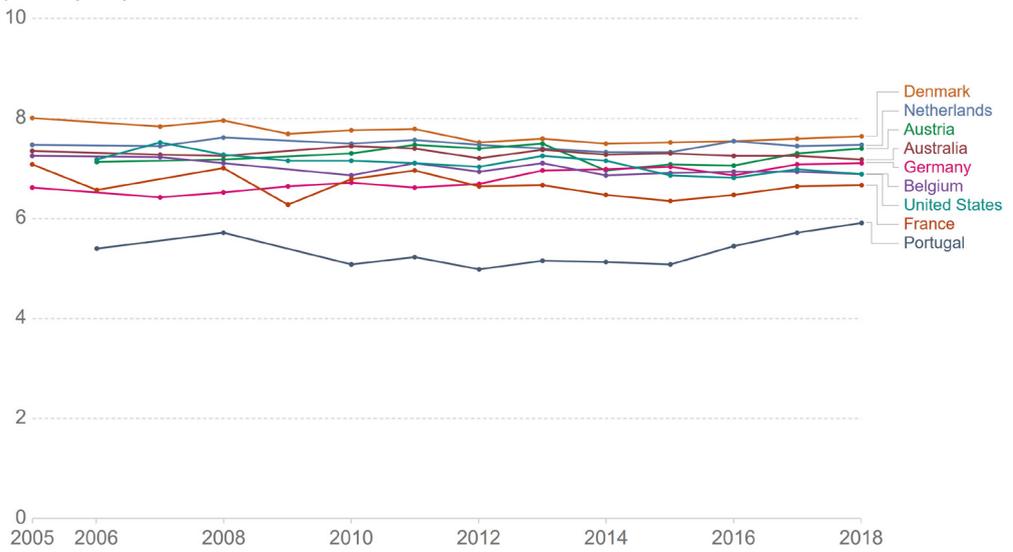


Figure 11. Évolution de la satisfaction de vie dans certains pays du Nord entre 2005 et 2018.
Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017). Licence CC-BY.

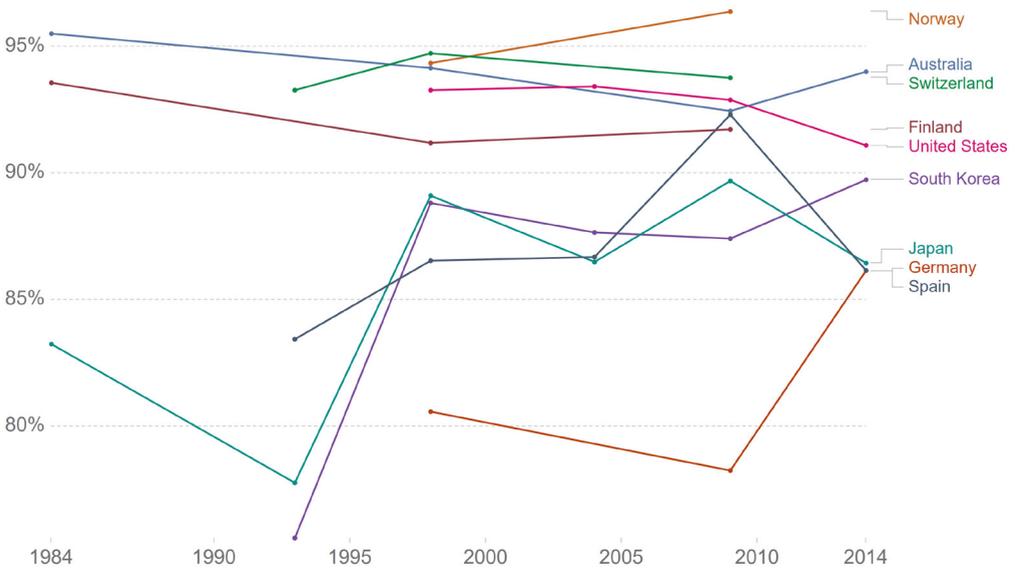


Figure 12. Évolution du pourcentage de la population de certains pays du Nord se considérant comme heureuse. Source : Ortiz-Ospina et Roser (2017). Licence CC-BY.

La tendance à la stagnation du bonheur tout en étant en situation de croissance économique ne se limite pas aux pays du Nord. Dans le monde, le bonheur a légèrement baissé entre 2005 et 2018 – seule période sur laquelle une évaluation systématique a été effectuée – alors que la croissance économique mondiale y a

été largement positive (Helliwell et al. 2019). Ces résultats permettent d'encore mieux prendre conscience que le système économique actuel comporte des problèmes qu'il est nécessaire de résoudre.

Paradoxe d'Easterlin et cas de la consommation

Les résultats exprimés dans cette section ont mené certain·e·s à considérer qu'il existait un seuil à partir duquel une nouvelle hausse de richesse au niveau individuel et/ou collectif ne fait plus monter le bonheur. Cette hypothèse s'appelle le « paradoxe d'Easterlin », du nom du chercheur qui a le premier mis en évidence ce type de résultat. Elle continue à faire de grands débats au sein de la communauté scientifique. En se basant sur les résultats exprimés dans cette section, il semble qu'un accroissement de la richesse continue d'augmenter le bonheur pour les individus et les pays, mais de moins en moins. Ainsi, une fois atteint un certain niveau de richesse, cette hausse devient presque imperceptible.

Le même type de résultat est obtenu en se focalisant sur la relation directe entre consommation et bonheur dans les pays du Nord. Certaines consommations ont tendance à accroître le niveau de bonheur, par exemple la consommation permettant d'aider les autres (Dunn et al. 2008), celle liée aux loisirs (DeLeire et Kalil 2010), celle provoquant des expériences (Gilovich et al. 2014) et de meilleures relations sociales (Becchetti et al. 2008) ainsi que celle de fruits et légumes, améliorant la santé (Mujcic et Oswald 2016). D'autres consommations ont cependant tendance à réduire ou à ne pas influencer sur le bonheur. En résumé, et bien que la recherche à ce sujet soit encore sommaire, il semble qu'en moyenne la consommation n'augmente pas fortement le bonheur une fois un niveau élevé de consommation atteint (Brülde 2015).

Explications possibles de ces résultats

Il est bon de se demander pourquoi la hausse de la richesse au niveau individuel et collectif – et de son corollaire, l'accroissement de la consommation – ne conduit plus à une augmentation importante du bonheur dans les pays du Nord – voire même à une stagnation. De nombreuses théories ont été mises au point. Pour certaines, ces résultats seraient tout à fait normaux, et ne seraient donc pas la conséquence de problèmes particuliers dans nos sociétés.

Échelle finie de bonheur

Le fait que l'augmentation du bonheur suite à une hausse de richesse soit de moins en moins importante pourrait s'expliquer par la nature même des variables étudiées. En effet, la richesse est exprimée sur une échelle infinie, alors

que le bonheur est sur une échelle finie (Thin 2012, pp. 94-97). Plus le niveau de bonheur est haut, et plus il est difficile de le faire croître, de la même manière qu'il est de plus en plus ardu de faire augmenter ses résultats scolaires plus on se rapproche du 10/10. De ce point de vue, tout gain de bonheur au-delà d'un certain niveau devient extrêmement difficile, et il n'est alors pas étonnant que ce gain s'affaiblisse au fur et à mesure de l'augmentation de la richesse.

Par ailleurs, suivant ce raisonnement, même un gain minime de bonheur devient important, de la même manière qu'une augmentation des résultats scolaires de 7/10 à 7,5/10 peut être vue comme une hausse bien plus importante que de passer de 5/10 à 5,5/10, parce qu'en moyenne plus difficile à réaliser. Ils représentent pourtant la même hausse. Par conséquent, les gains sur le plan du bonheur seraient, à partir d'un certain niveau, à ne pas négliger, aussi faibles soient-ils.

Utilité marginale décroissante

Les économistes ne trouvent pas étonnant qu'une hausse de la richesse ou de la consommation augmente de moins en moins le bonheur. C'est le principe de l'utilité marginale décroissante (Jackson 2016). La consommation d'un certain produit en petite quantité a tendance à accroître fortement le bonheur, mais plus cette consommation augmente et moins elle implique une hausse du bonheur. Par exemple, acheter une montre peut être utile, mais en acheter une deuxième ou une troisième l'est beaucoup moins, et ainsi de suite avec l'achat d'une montre supplémentaire. Pris à l'échelle de la consommation entière, cela expliquerait pourquoi la consommation apporte de moins en moins de bonheur.

Critiques sociétales

Pour d'autres, il n'est pas anodin que les individus ne soient pas plus heureux – ou pas bien plus heureux – que par le passé malgré une hausse notable de la consommation. Ils ou elles invoquent des raisons diverses qui laissent à penser que le modèle de consommation adopté dans les pays du Nord induit certains problèmes qui se font ressentir sur le bonheur. Ce serait une sorte de « pathologie sociale » (Jackson 2005). D'après ces auteur·e·s critiques, cette tendance est annonciatrice d'une baisse future du niveau de bonheur à l'avenir si la consommation et la richesse continuent d'augmenter, sans même prendre en compte les problèmes écologiques à venir (Rosa et Henning 2018). La suite et fin de ce chapitre effectue un tour d'horizon de différentes théories à ce sujet. Chacune d'entre elles a ses spécificités, mais il existe bien sûr des synergies.

Tapis roulant hédonique

Satisfaction momentanée

L'adaptation hédonique est la tendance observée chez les individus selon laquelle la plupart des événements positifs procurent un gain temporaire au niveau du bonheur mais que, sur le long terme, celui-ci tend à revenir au niveau initial. Ce phénomène est encore mal compris. Il ne se produit pas dans toutes les situations, certains événements ayant des effets positifs sur la durée. Il est aussi influencé par la personnalité des individus (Luhmann et Intelisano 2018). Il semble néanmoins qu'un retour au niveau initial de bonheur se produise dans de nombreux cas.

L'adaptation hédonique est un processus qui s'appliquerait au cas de la consommation. « On profite d'une salle de bain récemment rénovée pendant une saison, mais avec le temps, elle devient moins visible et apporte moins de sentiments positifs. La salle de bain, autrefois neuve, est devenue ordinaire et s'est complètement évanouie dans le fond de l'expérience consciente » (Chancellor et Lyubomirsky 2011, p. 132). L'émotion positive de départ s'évapore petit à petit. De ce point de vue, ce type de consommation n'apporterait pas réellement une amélioration du bonheur.

Augmentation des attentes

De plus, des événements positifs de ce type, qu'ils soient dus ou non à la consommation, ont tendance à augmenter les attentes et les désirs des individus. « Après avoir fini de rénover sa salle de bain, le salon et la chambre semblent désormais ternes en comparaison. Les pièces auparavant normales paraissent désormais horribles à cause des aspirations croissantes des individus » (Chancellor et Lyubomirsky 2011, p. 132). Pour rester satisfaits, ils doivent donc également rénover d'autres pièces, et ainsi de suite. Le phénomène s'applique à de nombreuses situations. Après avoir été en voyage sur une île paradisiaque, les plages d'Espagne donneront beaucoup moins envie, même si elles semblaient très jolies auparavant. Les attentes ont augmenté du fait des expériences positives passées. Pour pouvoir continuer à ressentir des émotions positives, il est important de continuer à consommer sur le même rythme, voire davantage.

À partir d'un certain niveau, les attentes sont devenues tellement élevées qu'il est impossible de les satisfaire. Les individus ont alors le choix entre s'endetter pour pouvoir consommer davantage, ou subir un sentiment constant d'insatisfaction dû au fait que leurs attentes ne sont pas comblées. Par exemple, après un voyage paradisiaque très onéreux, les individus ont le choix entre payer plus cher pour

un voyage encore plus paradisiaque – et ainsi s'endetter – ou faire un voyage d'un moins haut standing, paraissant terne en comparaison et n'amenant pas ou peu de bonheur supplémentaire. Les individus seraient donc engagés dans une course sans fin qui les mène dans les deux cas à un sentiment d'insatisfaction sur le long terme. On parle dans ce cas du « tapis roulant hédonique », sur lequel on est obligé de courir – c'est-à-dire de consommer dans ce cas – pour garder le même niveau de bonheur.

Un exemple allant dans ce sens est celui des gagnant·e·s à la loterie. Au début, ils ou elles ont une forte augmentation du bonheur dû notamment à l'accroissement de richesse et de consommation qui en résulte. Après un certain temps, les individus ont des attentes très élevées, qu'ils ne peuvent remplir qu'en dépensant et consommant plus. En moyenne, le bonheur supplémentaire s'estompe petit à petit jusqu'à revenir environ au niveau de départ (Brickman et al. 1978; Lutter 2007).

Matérialistes moins heureux

Une conséquence de ce phénomène devrait être que les personnes « matérialistes » – c'est-à-dire considérant la consommation matérielle comme essentielle dans leur vie – devraient avoir un moins haut niveau de bonheur que les individus qui ne le sont pas, appelées « idéalistes ». En effet, les personnes matérialistes attachant une plus grande importance à la consommation, elles tomberaient plus facilement dans le tapis roulant hédonique. Des recherches ont montré que c'était effectivement le cas. En Norvège, plus une personne a des valeurs matérialistes, moins elle est heureuse. Les Figures 13 et 14 montrent l'énorme différence de bonheur entre les 10% de Norvégien·ne·s les plus matérialistes et les 10% les plus idéalistes (Hellevik 2015). Des résultats similaires ont été obtenus dans de nombreux pays (Kasser 2016).

Pourtant, il semble que les personnes les plus idéalistes et les plus matérialistes en Norvège aient un revenu très proche. La différence entre les deux groupes ne s'expliquerait donc pas par cette caractéristique, mais plutôt par l'insatisfaction des matérialistes par rapport à leur revenu, qu'ils/elles ne considèrent pas suffisant. Par contre, les idéalistes estiment que leurs revenus sont largement au-dessus de ce qui leur est nécessaire (Hellevik 2015). Les matérialistes ne sont donc pas satisfait·e·s de ce qu'ils ou elles ont, au contraire des idéalistes. Ces résultats semblent corroborer la théorie du tapis roulant hédonique.

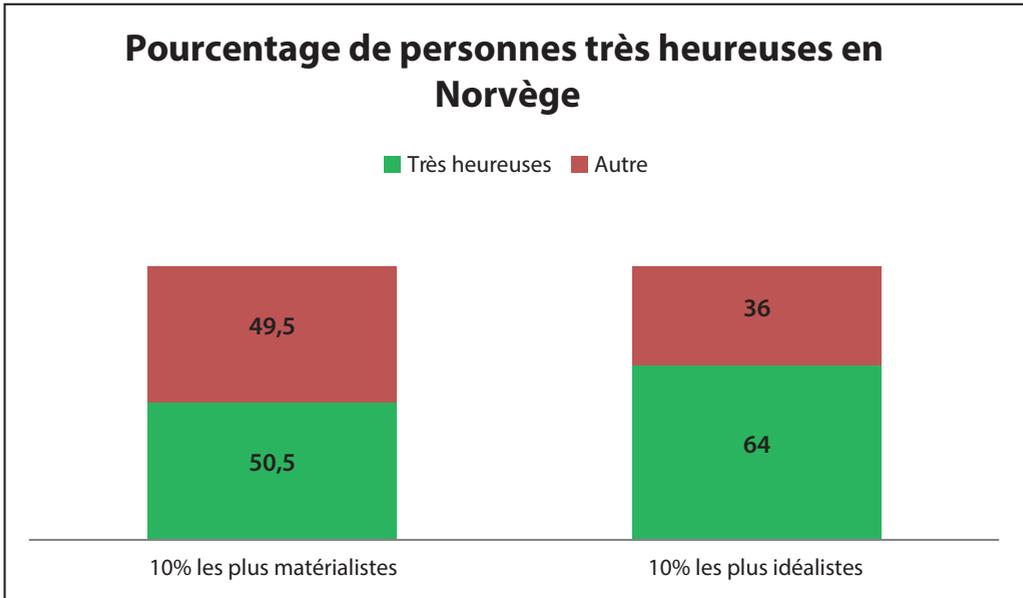


Figure 13. Source : Hellevik (2015, Figure 4.4).

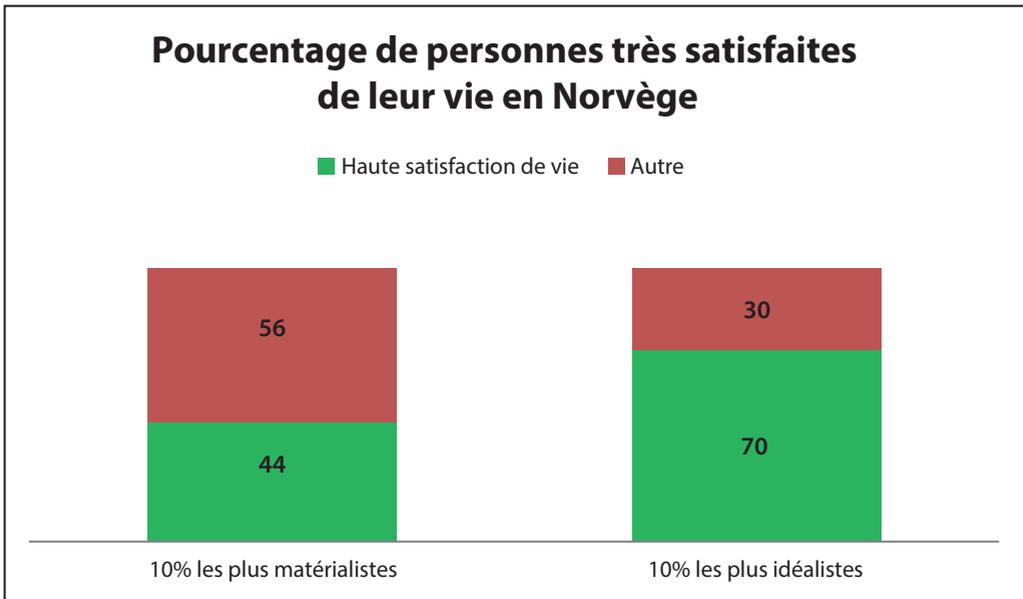


Figure 14. Source : Hellevik (2015, Figure 4.4).

Oubli de certains besoins fondamentaux

Le fait que l'accroissement de la consommation et de la richesse augmentent de moins en moins le bonheur pourrait avoir rapport avec la satisfaction des besoins.

Ceux-ci sont en effet considérés comme fondamentaux à la poursuite du bonheur, des études empiriques ayant même montré leurs liens forts avec le bonheur (Tay et Diener 2011). « Les données disponibles sont conformes à la théorie selon laquelle [le bonheur] dépend plus de la satisfaction des besoins universels [que de désirs propres aux individus] » (Veenhoven 2004, p. 10).

En dessous d'un certain niveau de richesse et de consommation, plusieurs besoins ne seraient pas remplis, menant à un bonheur beaucoup moins élevé. Par exemple, si une personne ne peut pas se nourrir et se loger correctement, son bonheur en sera fortement impacté.

Les besoins liés à la consommation seraient petit à petit satisfaits avec la hausse de la richesse et de la consommation. À partir d'un certain niveau, ceux-ci sont à peu près comblés, et une nouvelle augmentation de la consommation n'offre plus une grande plus-value.

Par contre, certains éléments contribuant au bonheur sont plus difficiles à atteindre simplement en augmentant la consommation. En effet, parmi les éléments contribuant au bonheur se trouvent la subsistance (se nourrir, se vêtir, se loger), la santé, le sentiment d'être compétent, la liberté, l'identité, la justice, le capital social (amitié, amour, famille), la gouvernance du pays (corruption basse et haut niveau de démocratie), ainsi que bien d'autres (Diener et Seligman 2009; Veenhoven 2012). Certains participeraient d'ailleurs bien davantage que la consommation, le revenu et la croissance économique au niveau de bonheur dans les pays du Nord (Diener et Seligman 2009). En se focalisant de manière extrême sur la consommation, les individus ne rempliraient pas nécessairement toutes les conditions menant au bonheur. Il n'est par exemple pas aisé « d'acheter » une amitié ou le sentiment d'appartenance à un groupe, deux éléments essentiels au bonheur.

Théorie des besoins de Max-Neef

Plusieurs théories des besoins ont été mises au point au cours des dernières décennies, et celle de l'économiste chilien Manfred Max-Neef (1991) est l'une des plus utilisées aujourd'hui. D'après cette théorie, les besoins fondamentaux, au nombre de 9, seraient : **subsistance, protection, affection, compréhension, participation, oisiveté, création, identité et liberté**. Selon Max-Neef, ces besoins seraient interdépendants et interactifs. Ils seraient par ailleurs universels, c'est-à-dire communs à chaque individu et chaque culture.

La classification des besoins de Max-Neef est assez différente de celle de Maslow (1954), plus connue du grand public – cf. Figure 15. Elle ne fait en effet pas de

hiérarchisation, chacun des besoins étant d'importance égale, excepté les éléments de base nécessaires à la subsistance et à la survie qui sont prioritaires. La hiérarchisation proposée par Maslow ne semble d'ailleurs pas être confirmée par les observations empiriques (Wahba et Bridwell 1976; Cianci et Gambrel 2003; Hofstede 1984), rendant caduque la théorie.



Figure 15. Pyramide de Maslow. Source : Conscience Numérique Durable. Licence Creative Commons.

L'approche de Max-Neef ne s'arrête pas à la définition des besoins, mais détermine également des stratégies possibles pour les satisfaire, appelées « satisfacteurs ». Il y aurait une multitude de manières de satisfaire les besoins. Ainsi, bien que les besoins soient universels, les satisfacteurs privilégiés dépendraient de la culture. Le Tableau 3 reprend la classification effectuée par Max-Neef, avec les 9 besoins fondamentaux dans la première colonne, et des satisfacteurs dans les suivantes. Ces derniers sont répertoriés en 4 catégories : être, avoir, faire et interagir. Les stratégies sont extrêmement nombreuses, et celles présentées par Max-Neef n'ont pas pour prétention d'être exhaustives.

Besoins	Être (qualités)	Avoir (choses)	Faire (actions)	Interagir (paramètres)
Subsistance	Santé physique et mentale	Nourriture, logement, travail	Se nourrir, créer, se reposer, travailler	Environnement du lieu de vie, conditions sociales
Protection	Soin, adaptabilité, autonomie	Sécurité sociale, système d'assurance, épargne, droits, travail	Coopérer, empêcher, faire des projets, prendre soin d'autrui, aider	Environnement social, logement
Affection	Estime de soi, solidarité, respect, tolérance, passion, sens de l'humour, générosité, sensualité	Amitiés, famille, relations, relations avec la nature	Faire l'amour, partager, prendre soin d'autrui, exprimer des émotions	Environnement social, logement
Compréhension	Capacité critique, réceptivité, étonnement, curiosité, intuition, rationalité	Littérature, enseignant·e·s, politiques d'éducation, politiques de communication	Enquêter, analyser, étudier, méditer, expérimenter	Intimité, espaces intimes d'unité
Participation	Réceptivité, dévouement, solidarité, détermination, respect, passion, sens de l'humour	Droits, responsabilités, devoirs, privilèges, travail	S'affilier, coopérer, proposer, partager, s'opposer, exprimer des opinions	Écoles, famille, universités, communautés
Oisiveté	Curiosité, Imagination, tranquillité, spontanéité, imprudence, sens de l'humour	Jeux, spectacles, clubs, fêtes, paix intérieure	S'affilier, coopérer, proposer, partager, s'opposer, exprimer des opinions	Associations, partis, églises, voisinages, famille
Création	Passion, imagination, audace, rationalité, inventivité, curiosité	Aptitudes, qualifications, travail, techniques	Travailler, inventer, construire, concevoir, composer, jouer	Vie privée, espaces d'intimité, lieux où on peut être seul, temps libre
Identité	Sentiment d'appartenance, différenciation, estime de soi, cohérence, affirmation de soi	Symboles, langue, religion, habitudes, coutumes, sexualité, travail, valeurs, normes, mémoire historique	Apprendre à se connaître soi-même, grandir, s'engager, s'intégrer, se confronter, se reconnaître soi-même	Lieux d'appartenance, cadre quotidien
Liberté	Autonomie, passion, estime de soi, ouverture d'esprit, audace, assurance	Égalité de droits	S'opposer, choisir, prendre des risques, développer une prise de conscience, s'engager, être différent	N'importe où et quand

Tableau 3. Matrice des besoins et satisfacteurs de Max-Neef. Source : Max-Neef (1991).

Certaines stratégies seraient plus efficaces que d'autres pour remplir un besoin, et Max-Neef (1991) a effectué une classification des satisfacteurs selon leur efficacité. Il existerait notamment des « violateurs de besoin », qui sont consommés pour satisfaire un besoin, mais seraient en réalité contre-productifs. Par exemple, un soda peut être bu dans le but de comblé la soif, mais il aura tendance à avoir l'effet inverse. Il existerait également des « pseudo-satisfacteurs », qui prétendent satisfaire un besoin, mais n'ont en fait pas ou peu d'effet. Les « satisfacteurs inhibants » satisferaient un ou plusieurs besoins bien au-delà du nécessaire, réduisant la possibilité de remplir les autres. La consommation moderne peut être associée à cette catégorie. En effet, elle permet de satisfaire certains besoins en bonne quantité, notamment la subsistance, la protection et l'identité. Il est par contre plus difficile de comblé les autres besoins par la consommation (Jackson 2005). Ainsi, en se focalisant sur la consommation, comme c'est le cas dans les pays du Nord, il ne resterait plus autant de temps et d'espace pour la satisfaction des autres besoins, pourtant essentiels. Le consumérisme empêcherait donc la pleine réalisation des neuf besoins fondamentaux, et serait un frein à la poursuite du bonheur.

Jeu à somme nulle de la consommation

D'un côté, un gain sur le plan du revenu et de la consommation ferait monter le niveau de bonheur dans les pays du Nord – cf. Figure 7, page 29. D'un autre côté, la hausse de la richesse d'une nation, augmentant ainsi les revenus des citoyen·ne·s, ne semble plus mener à une hausse du bonheur moyen dans ces mêmes pays – cf. Figures 11 et 12, page 32. Par conséquent, l'augmentation du bonheur des un·e·s au travers de la richesse et de la consommation mènerait à la baisse du bonheur des autres, de telle manière que le niveau moyen de bonheur dans le pays reste constant. « En d'autres termes, même si, d'un point de vue global, l'augmentation des revenus ne rend pas un pays plus heureux dans son ensemble, être plus riche que ceux qui vous entourent vous donne néanmoins un avantage » (Jackson 2016, p. 91).

Augmentation du statut et de l'attractivité

Ce phénomène s'expliquerait par la nature même de la consommation dans les pays du Nord. Une bonne partie de celle-ci aurait pour but, de manière consciente ou inconsciente, d'accroître le statut social et l'attractivité sexuelle (Howarth 1996; Jackson 2005). Cela peut à première vue sembler saugrenu, mais ces deux caractéristiques ont fourni des avantages en termes d'évolution au sein des populations humaines, et ce serait pour cette raison qu'elles se manifesteraient encore aujourd'hui

(Wright 1994). En effet, les individus cherchant à être attractifs sexuellement ainsi qu'à avoir plus de pouvoir auraient, au cours de l'évolution, eu un avantage sur les autres (Ridley 1994). Ces individus auraient donc en moyenne été capables de se reproduire davantage, et ils se seraient multipliés. C'est simplement une application de la théorie de l'évolution de Darwin. Attention cependant que cet avantage existe principalement dans les sociétés majoritairement compétitives, des comportements plus altruistes semblant être plus avantageux dans des sociétés davantage basées sur la coopération, et ces comportements pourraient alors être privilégiés par les individus² (Axelrod 1984; Sahlin 1972). Vivant dans une société compétitive, une fois un certain niveau de consommation atteint et ayant rempli la plupart des besoins matériels de base, la consommation servirait principalement à élever son statut par rapport aux autres ainsi que son attractivité sexuelle (Hirsch 1995), et c'est en partie de cette manière qu'elle contribuerait à la hausse du niveau de bonheur (Jackson 2016).

Consommation positionnelle

La consommation serait donc « positionnelle », dans le sens où elle servirait à se positionner au-dessus des autres (Hirsch 1995). Ce serait un « jeu à somme nulle » parce qu'une personne remontant dans la hiérarchie sera en moyenne plus heureuse, mais en ayant fait redescendre d'autres individus, ayant en moyenne provoqué une baisse de leur niveau de bonheur. « C'est une situation où tout le monde dans la foule se tient sur la pointe des pieds et personne n'a une meilleure vue » (Hirsch 1995, p. 49). Tout le monde ne peut pas être en haute position, c'est-à-dire avec un haut statut social et une grande attractivité sexuelle. Il doit nécessairement y avoir des gagnant·e·s et des perdant·e·s³. La consommation positionnelle expliquerait pourquoi la hausse de la richesse individuelle provoque une augmentation du bonheur alors que la croissance de la richesse au sein d'une nation, au-delà d'un certain niveau, ne semble plus influencer sur le bonheur.

La Figure 16 est une illustration de l'évolution du bonheur telle qu'elle se déroule

-
- 2 On pourrait émettre l'hypothèse que l'avantage en termes d'évolution va aux individus capables d'être plus altruistes dans une situation et une culture coopérative et plus égoïstes dans une situation et une culture compétitive. Si tel est le cas, les humains seraient alors plutôt égoïstes dans une situation et société compétitive et plutôt altruistes dans une situation et société coopérative.
 - 3 Par le passé, ce phénomène de positionnement s'effectuait en grande majorité au sein d'un même pays. Le jeu à somme nulle était donc cantonné à ce territoire. Avec la mondialisation et l'arrivée des moyens de communication modernes, les comparaisons entre individus se déroulent de plus en plus sur la planète entière, et le positionnement devient donc de plus en plus mondial. Le jeu à somme nul se ferait donc de manière croissante au niveau mondial et de moins en moins au niveau national (Becchetti et al. 2013). La consommation positionnelle d'un Belge peut aujourd'hui influencer sur le bonheur d'un Indien ou d'une Canadienne, par exemple.

lerait, selon cette théorie, au sein des sociétés quand des individus effectuent des consommations positionnelles. À la suite de sa consommation positionnelle, Victor a augmenté sa position au sein de la société, et donc son bonheur. Cette augmentation a cependant provoqué la diminution du bonheur de Jeanne et Maurice de telle sorte que, en fin de compte, le niveau moyen de bonheur soit resté identique.

Consommation positionnelle de Victor

Avant		Après																									
<table border="0"> <tr><td>1. Robert</td><td>8</td></tr> <tr><td>2. Jeanne</td><td>7,5</td></tr> <tr><td>3. Maurice</td><td>6</td></tr> <tr><td>4. Victor</td><td>5</td></tr> <tr><td>5. Micheline</td><td>4,5</td></tr> </table>	1. Robert	8	2. Jeanne	7,5	3. Maurice	6	4. Victor	5	5. Micheline	4,5		<table border="0"> <tr><td>1. Robert</td><td>8</td><td>+0</td></tr> <tr><td>2. Victor</td><td>7</td><td>+2</td></tr> <tr><td>3. Jeanne</td><td>6,5</td><td>-1</td></tr> <tr><td>4. Maurice</td><td>5</td><td>-1</td></tr> <tr><td>5. Micheline</td><td>4,5</td><td>+0</td></tr> </table>	1. Robert	8	+0	2. Victor	7	+2	3. Jeanne	6,5	-1	4. Maurice	5	-1	5. Micheline	4,5	+0
1. Robert	8																										
2. Jeanne	7,5																										
3. Maurice	6																										
4. Victor	5																										
5. Micheline	4,5																										
1. Robert	8	+0																									
2. Victor	7	+2																									
3. Jeanne	6,5	-1																									
4. Maurice	5	-1																									
5. Micheline	4,5	+0																									
Bonheur moyen : 6,2/10		Bonheur moyen : 6,2/10																									

Figure 16. Illustration de l'évolution du bonheur au sein d'une « mini-société » après que Victor ait effectué une consommation positionnelle.

Il existerait trois types de consommation ayant pour but d'augmenter la position au sein de la société (Skidelsky and Skidelsky 2012, pp. 38-39; Leibenstein 1950). Le premier concerne la consommation dite « effet de mode ». Elle est désirée car les autres l'ont déjà effectuée. Elle fait appel à la jalousie des individus et au désir d'être comme les autres, particulièrement présents chez les enfants et les adolescent·e·s. Le deuxième concerne la consommation dite « snob », désirée car les autres ne l'ont pas (encore) effectuée. Ce type de consommation n'est pas toujours la plus onéreuse, mais elle a tendance à montrer que l'on a des goûts supérieurs. Il y a enfin la consommation dite « Veblen », du nom de l'économiste américain qui l'a mise en évidence (Veblen 1899). Elle est désirée tant qu'elle est chère et que les autres le savent. Leurs consommateurs/rices cherchent donc à mettre en avant leur niveau de richesse. Les consommations « snob » et « Veblen » augmentent le statut tant qu'elles ne sont effectuées que par quelques-un·e·s, ce qui met en évidence l'impossibilité que chacun et chacune puissent jouir d'un gain de bonheur grâce à la consommation positionnelle (Skidelsky and Skidelsky 2012).

Avantageuse aux individus ?

Ce jeu à somme nulle pour hausser sa position au sein de la société par la consommation est problématique. En premier lieu, ce type de comportement favorisant la recherche d'attractivité et de statut par rapport à d'autres paramètres importants pour le bonheur, crée une course à la consommation dans la société. De toute évidence, il est bon de se demander si cette course à la consommation, qui en devient « addictive » (Scitovsky 1976), est saine.

En second lieu, bien que, par sa consommation, un individu augmente son bonheur, il en enlève à d'autres. Si ce comportement est bénéfique à la personne en question, il est aussi éthiquement discutable dans un monde où l'on aimerait que chacun et chacune puisse atteindre un haut niveau de bonheur. Le sociologue Pierre Bourdieu (1979) a par exemple suggéré que les comportements des consommateurs/rices fournissent les mécanismes pour définir et maintenir les distinctions de classe dans les sociétés modernes.

On pourrait se demander s'il n'existe pas des manières d'élever le bonheur de chacun et chacune, et si celles-ci ne pourraient même pas bénéficier aux personnes ayant déjà un haut niveau de bonheur. Selon les épidémiologistes britanniques Richard Wilkinson et Kate Pickett (2009), qui ont effectué un gros travail de documentation sur le sujet, sortir de la logique de positionnement et chercher davantage d'égalité entre les individus pourrait avoir un effet largement positif sur de nombreuses caractéristiques importantes au bonheur, dont la santé et les relations sociales, et ce même pour les personnes ayant un haut niveau de revenu.

Création d'identité par la consommation

La consommation ne serait pas seulement utile à la hausse du statut et de l'attractivité, mais aussi à la création de son identité. Ce serait au travers de symboles sociaux et culturels que les individus se construiraient (Baudrillard 1970; Bauman 1998). Dans une société basée sur la consommation, celle-ci est l'élément principal de la création de symboles, et donc d'identité. Elle permet de communiquer aux autres à propos de soi-même: « Personne ne va vous repérer dans une pièce bourrée de monde et dire “waouh, quelle belle personnalité !” » (Belk et al. 2003).

Dans une société de consommation où les symboles sont en changement constant, « le/la consommateur/rice est enfermée dans un processus continu de construction et de reconstruction de son identité personnelle » (Jackson 2005). Pour avoir une identité, qui est un élément important à la poursuite du bonheur (Veenhoven 2012), les individus sont obligés de sans cesse renouveler leur consommation. Sous cet angle, la recherche d'identité dans nos sociétés semble

un processus éreintant, laissant par ailleurs de côté les personnes incapables de consommer à un niveau suffisant. Il est également bon de se demander si la manière optimale de réaliser son identité se situe au travers d'une consommation toujours plus rapide, ou si d'autres manières pourraient aussi y parvenir. Peut-être même avec davantage de succès dans la quête du bonheur. Les anthropologues ont depuis longtemps mis en évidence des symboliques complexes dans des sociétés ne consommant presque rien (Sahlins 1972).

Stabilisation dynamique, impression de manque de temps, absence de « résonance » et burn out

Cette section suit la pensée du sociologue et philosophe allemand Hartmut Rosa. D'après lui, la société moderne et sa consommation de plus en plus importante ne produisent pas une bonne vie, ou en oublient en tout cas certaines caractéristiques essentielles. Bien que ses théories ne soient pas encore accompagnées de nombreux éléments empiriques pour les confirmer et qu'elles soient assez complexes, elles semblent plausibles et en accord avec certaines caractéristiques de nos sociétés. Sa pensée vaut donc la peine d'être expliquée.

Rendre le monde disponible

Selon Hartmut Rosa (2018), l'avènement de la pensée libérale a provoqué un changement dans la conception de ce qu'est une « bonne vie ». D'après cette pensée, puisque les individus sont tous différents, la question de ce qu'est une bonne vie doit être strictement intime, privée. Chacun et chacune doit trouver sa propre voie, ses propres affinités, intérêts, objectifs de vie, etc. Notez que cette conception « pluraliste » de la bonne vie est récente, et que nombre de philosophies anciennes envisageaient les choses différemment (Skidelsky et Skidelsky 2012). Pourtant, d'après la pensée libérale et en particulier celle de l'un de ses plus célèbres théoriciens au 20^e siècle, le philosophe John Rawls (1971), il existe tout de même certaines caractéristiques qui sont désirables : peu importe ce que le futur pourrait apporter, cela aidera d'avoir de l'argent, des droits, des amis, la santé et des connaissances. L'accroissement du capital, qu'il soit économique, matériel, social, culturel ou symbolique, serait donc bénéfique. En d'autres termes, avoir plus est mieux que d'avoir moins.

Cette conception de la bonne vie se serait construite en relation avec l'avènement des sociétés occidentales modernes qui seraient, d'après Rosa et Henning (2018), en « stabilisation dynamique ». En termes simples, cela signifie que, pour être stables, les sociétés doivent être perpétuellement en accroissement, augmentation et accélération. Rosa et Henning (2018) font l'analogie avec un vélo : c'est en

roulant à une certaine vitesse qu'il est en équilibre, robuste. S'il roule trop lentement, il se crashe. On retrouve ces caractéristiques en économie au travers de la croissance économique, mais aussi en politique – un État-nation promet toujours de faire plus, ou plus vite, ou plus efficace, ou différent, ou nouveau (Luhmann 1990) – ou encore dans les sciences et les arts – voir Rosa et Henning (2018) pour plus d'informations à ce sujet. Ce serait au travers de ce caractère dynamique que nos sociétés ont pu tenir au cours des 250 dernières années. Dans une telle société, les individus sont encouragés à croître, accélérer et innover. Vivant dans une culture compétitive, ils ont l'impression qu'ils seraient derrière les autres s'ils n'agissaient pas de cette manière également. C'est donc en partie un impératif social. Les individus ont aussi peur de rater quelque chose : « Regardons les téléphones portables puis les smartphones : au départ, tout le monde disait "je n'en veux pas". Ensuite, par peur de ne pas pouvoir communiquer avec son enfant à l'école, par angoisse de se perdre un jour en forêt, nous avons trouvé des excuses pour accepter de nous en servir » (Rosa 2017).

Ces deux caractéristiques des sociétés modernes, c'est-à-dire l'avènement de la pensée libérale et la stabilisation dynamique, auraient poussé les individus à changer leur conception de ce qu'est une bonne vie. Ils agiraient et seraient motivés par le fait d'avoir de plus en plus de qualités et de quantités disponibles, accessibles et atteignables. Le téléphone portable qui rend le monde disponible n'est qu'un exemple parmi d'autres. On serait également tenté de s'abonner à Spotify et Netflix pour avoir toutes les musiques et tous les films à disposition. On aurait tendance à préférer la vie en ville parce que plus de choses – musées, bars, etc. – y sont disponibles.

Gage de bonne vie ?

Cette recherche de la disponibilité, accessibilité et atteignabilité est problématique une fois qu'elle devient l'objectif principal de vie.

Premièrement, il est bon de rappeler que le capital – économique, matériel, culturel, social ou encore symbolique – est un moyen de vivre une bonne vie, mais n'amène pas une bonne vie en lui-même. Par exemple, avoir assez de nourriture disponible n'est pas suffisant pour manger à sa faim. Pour y parvenir, il faut manger. De même, ce n'est pas en ayant une grande quantité de connaissances que l'on est heureux/se, c'est en les utilisant d'une manière qui a du sens. Ce n'est pas en ayant des ami·e·s que l'on est heureux/se, c'est en passant de bons moments en leur compagnie. Ce n'est pas en ayant une bibliothèque, réelle ou virtuelle, de films que l'on est heureux/se, c'est en regardant un film qui nous touche. Ainsi, l'augmentation de capital ne procure pas

en soi du bonheur – ou alors en petite quantité –, il met dans des conditions favorables pour l’atteindre. Cependant, si on ne réalise pas ces conditions en recherchant constamment l’accroissement, on ne jouit pas de ces conditions favorables. C’est un peu comme si un peintre cherchait sans cesse à avoir le meilleur pinceau, mais ne peignait jamais.

«Le désir d’élargir notre portée physique, matérielle et sociale est motivé par l’espoir de trouver le bon endroit pour nous, de rencontrer les personnes avec lesquelles nous voulons réellement vivre, le travail qui nous satisfait vraiment, la religion ou la vision du monde qui est vraiment la nôtre, les livres qui nous parlent réellement et la musique qui nous touche, etc. Ainsi, à la fin, nous espérons que nous parviendrons à un mode de vie qui rend le monde vivant, touchant, parlant, réactif, “enchanté”. Hélas [...] au lieu d’y arriver, nous finissons par augmenter la portée et l’horizon de ce qui est disponible, accessible et atteignable, ainsi que par transformer l’accumulation de ressources en une fin en soi. C’est un cycle sans fin qui érode de manière permanente sa propre base et ne mène donc nulle part» (Rosa 2018a, p. 45).

Deuxièmement, cette manière d’agir et de penser aurait comme conséquence un manque de temps, qui est une des caractéristiques principales de notre époque (Gershuny 2003; Robinson et Godbey 2008; Wajcman 2014). En effet, en cherchant sans cesse à rendre les choses disponibles et à accroître son capital, on contracterait une dette en termes de temps, une « dette temporelle » :

«Un fait très curieux mais cohérent à propos de la fin de l’ère moderne est que presque indépendamment de leurs valeurs, de leur statut et de leurs engagements moraux, les sujets se sentent notoirement à court de temps et inlassablement pressés [...]. Les individus de Rio à New York, de Los Angeles à Moscou et Tokyo se sentent pris dans une course effrénée de routines quotidiennes. Quelle que soit la vitesse à laquelle ils courent, ils clôturent leur journée en étant sujets à la culpabilité: ils ne réussissent presque jamais à se débarrasser de leurs listes de choses à faire. Ainsi, même et surtout s’ils ont suffisamment d’argent et de richesse, ils sont endettés temporellement. C’est peut-être ce qui caractérise le plus justement la situation de tous les jours de l’écrasante majorité des sujets des sociétés capitalistes occidentalisées: au milieu de la richesse monétaire et technologique, ils sont proches de l’insolvabilité temporelle. Nous avons besoin de plus de temps pour faire le travail correctement; nous avons besoin de plus de temps pour améliorer nos compétences et nos connaissances, pour renouveler notre matériel et nos logiciels;

nous avons besoin de plus de temps pour prendre soin de nos enfants et de nos parents âgés, plus de temps pour nos ami·e·s et proches, pour notre maison ou appartement et pour notre corps, et enfin, nous avons besoin de plus de temps pour nous réconcilier avec nous-mêmes, notre esprit ou notre âme ou psyché. Le problème, en fait, c'est qu'à tous ces égards (et probablement bien d'autres), il existe des attentes légitimes dirigées vers nous par nous-mêmes ou par d'autres – des attentes qui se transforment en obligations que nous estimons vraiment devoir respecter, et dont la négligence sera retenue contre nous dans un contexte ou un autre » (Rosa 2018a, p. 39).

Ce sentiment de manque de temps conduit à des problèmes de santé mentale (Roxburgh 2004) et affecte négativement le bonheur (Zuzanek 1998). Par ailleurs, plus les individus sont endettés temporellement, plus ils risquent de le payer à l'avenir (Rosa 2018a). En reprenant l'analogie du vélo de Rosa, on peut dire que cette course de plus en plus rapide permet de stabiliser les individus, mais qu'un accident sera également bien plus douloureux.



Figure 17. Le sociologue et philosophe Hartmut Rosa. Source : Stifterverband. Licence CC BY 3.0.

En dernier lieu, d'après Rosa (2018), une condition essentielle à la bonne vie est ce qu'il appelle la « résonance », c'est-à-dire une forme de connexion forte se produisant entre nous et les éléments autour de nous, tels que d'autres individus, des objets, des événements et même l'univers tout entier. En général, elle engendre une transformation de nous-mêmes. Une résonance se produit, par exemple, quand on décrit une situation en disant qu'elle « a changé notre vie ». Une résonance implique généralement une réaction physique, comme la chair de poule, une élévation du rythme cardiaque ou un changement de la pression sanguine (Massuni 2002). Elle peut se dérouler dans de nombreuses situations : en parlant à ses proches ou à des inconnu·e·s, en lisant un livre, pendant un concert ou encore en regardant les étoiles.

Par ailleurs, « la résonance se définit par son caractère imprévisible et incontrôlable, elle est donc constitutivement indisponible : à l'instar du sommeil, plus on s'évertue à la provoquer, moins elle advient. C'est ce qui explique le sentiment de vide qui peut surgir lorsqu'on organise un dîner aux chandelles, qu'on met tout en œuvre pour créer des conditions que l'on croit idéales pour que deux êtres entrent en résonance, et que précisément, le moment paraît fade » (Le Nouveau Magazine Littéraire 2020). Ainsi, en rendant notre monde disponible, accessible et atteignable, les individus ne parviendraient pas davantage à se mettre en résonance. Pire, en cherchant à tout prix à rendre le monde disponible, on se placerait dans des conditions défavorables à la résonance. En effet, pour l'atteindre, il faut être dans un état mental le permettant, il faut pouvoir être capable de « répondre à l'appel » au moment précis où une potentielle résonance peut se produire (Rosa 2018a). La résonance demande du temps et de la stabilité. En étant pressé par le temps ou stressé, les conditions pour entrer en résonance ne sont pas remplies (Bauer 2005). Il est également difficile d'entrer en résonance dans un état compétitif : « si l'on doit dépasser quelqu'un, on ne peut pas en même temps être en résonance avec lui ou elle » (Rosa 2018a, p. 51).

Le rapport consumériste au monde empêcherait également la résonance : « en cherchant toujours la nouveauté, on perd la capacité de vraiment ressentir. Pour avoir des émotions profondes, il faut entrer plus intimement en connexion avec les choses, qu'il s'agisse d'une ville, d'une musique ou d'une vague. Or nous sommes devenus sourds à cette altérité, c'est pour cela qu'on a besoin de s'étourdir en cherchant constamment le changement. C'est un cercle vicieux » (Rosa 2020). La consommation aurait principalement pour but la recherche de résonance, sans le mentionner de cette manière. La publicité nous vend que telle ou telle consommation permettra d'atteindre un état de résonance alors que, par la nature insaisissable de cette dernière, il est impossible qu'elle y parvienne.

On continuerait donc à consommer davantage parce que la consommation précédente n'a pas été réellement satisfaisante, et en espérant que la prochaine y parviendra (Rosa 2020).

Cette tentative de contrôle de la résonance ne menant à rien, les individus s'en retrouveraient agacés, voire même parfois dans une situation de désespoir. D'après Rosa, les burn outs, qui sont une autre caractéristique notable de notre époque (Ehrenberg 2010), seraient l'état extrême de manque de résonance. « Les personnes qui souffrent d'un burn out complet [...] font l'expérience [...] d'un monde qui est devenu dur et froid, gris ou noir, mort et sourd pour elles, alors qu'elles se sentent intérieurement vides et épuisées. [C'est] une perte totale ou un manque de connexion sensible et "chaleureuse" avec la vie et avec le monde » (Rosa 2018a, p. 44). L'absence de connexion serait, d'après les connaissances actuelles en psychiatrie et psychologie, un élément central dans la plupart des formes de dépression et de burn out (Fuchs 2017; Rosa 2018b).

Ainsi, de manière générale, la pensée d'Hartmut Rosa pousse à considérer nos sociétés et sa recherche de consommation comme une vaine quête de la résonance. En plus de déclencher une impression de manque de temps, le fait de ne pas parvenir à plus de résonance provoquerait un sentiment d'insatisfaction, voire de désespoir dans les cas extrêmes, se manifestant sous forme de burn out et de dépression. Difficile, dans ces conditions, d'atteindre un haut niveau de bonheur.

Chapitre 4 : Avantages personnels de la simplicité volontaire ?

Dans le Chapitre 1, nous avons vu que les adeptes de la simplicité volontaire avaient des objectifs personnels et environnementaux. Selon eux/elles, ce mode de vie mène à une hausse du niveau de bonheur et réduit l'impact environnemental. Dans le but de déterminer si c'est effectivement le cas, ce chapitre va explorer les effets de la simplicité volontaire sur le bonheur des individus. Le Chapitre 5 s'occupera de l'aspect environnemental.

Le Chapitre 3 a mis en évidence le fait qu'une augmentation de la consommation ne mène pas nécessairement à un bonheur supplémentaire pour les individus ayant déjà une consommation élevée. Une consommation trop importante pourrait même devenir toxique et affecter le bonheur. On a également vu que les personnes matérialistes – c'est-à-dire les individus considérant la consommation matérielle comme importante dans leur vie – avaient un niveau de bonheur moins élevé que les autres – cf. Figures 13 et 14, page 37. Enfin, les groupes Maasäi et Amish, vivant avec très peu de consommation, ont un niveau de bonheur plus élevé que celui de la plupart des populations occidentales – cf. Tableau 2, page 28. On pourrait être tenté de directement en conclure qu'une vie plus simple ne devrait pas baisser le niveau de bonheur, et pourrait même l'augmenter. Cependant, la relation entre simplicité volontaire et bonheur est complexe, et mérite d'être examinée en détail. Pour ce faire, nous allons passer en revue la littérature scientifique permettant de faire le lien entre la simplicité volontaire et le bonheur. Celle-ci s'est largement étoffée ces dernières années, de telle sorte qu'il est aujourd'hui possible d'en retirer de nombreuses informations importantes et pourtant méconnues. Pour commencer, nous regarderons en détail les études qui se sont spécifiquement penchées sur le niveau de bonheur des adeptes de la simplicité volontaire. Ensuite, nous allons observer si les comportements associés à la simplicité volontaire semblent procurer, ou non, du bonheur.



Figure 18. Les Maasais, une population d'un peu plus d'un million de personnes parmi les plus heureuses au monde. Source : domaine public.

Avant toute chose, les différents résultats évoqués dans ce chapitre doivent toujours être pris avec des réserves. En effet, ils font état de liens entre le bonheur et un comportement ou un style de vie. Ainsi, bien qu'ils proviennent tous d'études scientifiques sérieuses, ils ne prouvent pas que ce comportement ou ce style de vie a été la cause du bonheur – on parle dans ce cas de la différence entre une corrélation et une causalité. La relation entre les deux variables pourrait par exemple être due à un troisième facteur, comme dans l'exemple des prix Nobel et du chocolat ci-dessous. Pour des sujets sociétaux tellement complexes, un nombre infini de paramètres devrait être pris en compte avant d'être absolument certain qu'il existe une relation de cause à effet. Il faut donc faire attention à ne pas surinterpréter les résultats donnés ci-contre.

Un exemple célèbre pour illustrer la différence entre une corrélation et une causalité concerne le lien très étroit qui existe entre la consommation de chocolat par habitant·e dans un pays et le nombre de prix Nobel dans ce pays – cf. Figure 19. Est-ce que le chocolat rend plus intelligent, et a donc causé les prix Nobel ? Non (Le Monde 2019). Cette relation, cette corrélation, est due à d’autres facteurs. On peut par exemple imaginer que les pays riches depuis l’introduction du prix Nobel aient des systèmes éducatifs et de recherche performants, menant à des prix Nobel. Dans le même temps, les habitant·e·s de ces pays ont suffisamment d’argent pour s’acheter du chocolat.

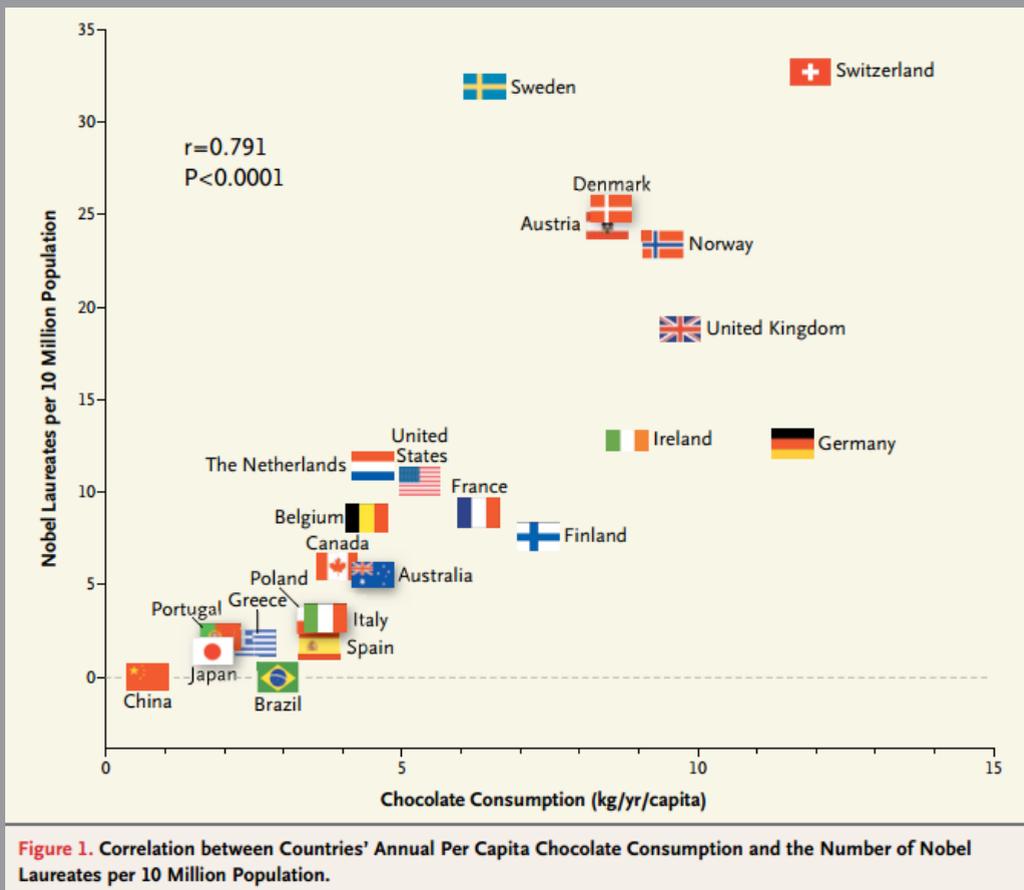


Figure 19. Corrélation entre la consommation de chocolat par habitant·e d'un pays et le nombre de prix Nobel par 10 millions d'habitants·es. Elle ne prouve en aucun cas une causalité. Source : Messerli (2012).

Études scientifiques sur le niveau de bonheur des adeptes de la simplicité volontaire

Il existe une quinzaine d'études scientifiques qui se sont penchées spécifiquement sur le niveau de bonheur des personnes volontairement simples. Elles ont toutes été réalisées au cours des 10 à 15 dernières années. Elles se basent sur des questionnaires envoyés à des partisan·e·s du mouvement pour leur demander, entre autres, leur pratique de la simplicité et leur niveau de bonheur. Elles couvrent de nombreux pays du monde – pour plus de détails sur ces études, voir Hüttel et al. (2020).

La majorité de ces études a trouvé que les personnes pratiquant la simplicité volontaire avaient un plus haut niveau de bonheur que les autres. La différence entre les deux groupes est faible, mais tout de même significative. Certaines (environ un tiers d'entre elles) ont conclu que l'impact de la simplicité sur le bonheur était négligeable, tandis qu'une seule étude a trouvé une relation négative entre simplicité et bonheur (Chhetri et al. 2009).

Il est important de rester prudent quant à ces résultats, mais il semble néanmoins que les adeptes de la simplicité volontaire aient un plus haut niveau de bonheur que les autres. Ce mode de vie ne semble en tout cas pas associé à une diminution du bonheur, puisque toutes les études sauf une vont dans ce sens. C'est donc un résultat primordial pour la simplicité volontaire car il met en évidence que, sur le terrain, ses adeptes en retirent du positif.

Lien avec les trois besoins psychologiques

Parmi cette quinzaine d'études, celle réalisée par Stacey Rich et ses collègues (2017) en Australie mérite une attention particulière. Elle n'a pas seulement mesuré la relation entre la simplicité volontaire et le bonheur, elle a tenté d'expliquer d'où provient ce lien en utilisant des outils statistiques plus poussés. D'après cette étude, la simplicité volontaire provoquerait la satisfaction des « besoins psychologiques », eux-mêmes facilitant le développement personnel, une motivation optimale ainsi que le bonheur (Ryan et Deci 2000; Ryan et al. 2008).

Selon Stacey Rich et ses collègues, la simplicité volontaire mènerait donc à davantage de bonheur parce qu'elle contribuerait à satisfaire les trois besoins psychologiques. Ceux-ci, définis par la « théorie de l'autodétermination » en psychologie, sont l'autonomie, la compétence et l'affiliation interpersonnelle. Les besoins en compétence sont satisfaits lorsque les individus se sentent capables

de s'engager avec succès dans un comportement valorisé – par exemple, je me sens capable d'écrire ce texte de manière claire et convaincante pour la Ligue de l'Enseignement. Les besoins d'affiliation interpersonnelle sont satisfaits lorsque les individus se sentent proches et acceptés par les autres – par exemple, je me sens connecté et apprécié par les personnes impliquées dans la rédaction de ce texte. Les besoins d'autonomie sont satisfaits lorsque les individus choisissent de s'engager dans un comportement plutôt que de se sentir forcés de le réaliser – par exemple, j'ai décidé d'écrire ce texte parce que c'est un défi intéressant qui correspond à mes valeurs, plutôt que parce qu'il m'aidera à être promu ou parce qu'il m'a été imposé (Kasser 2017).

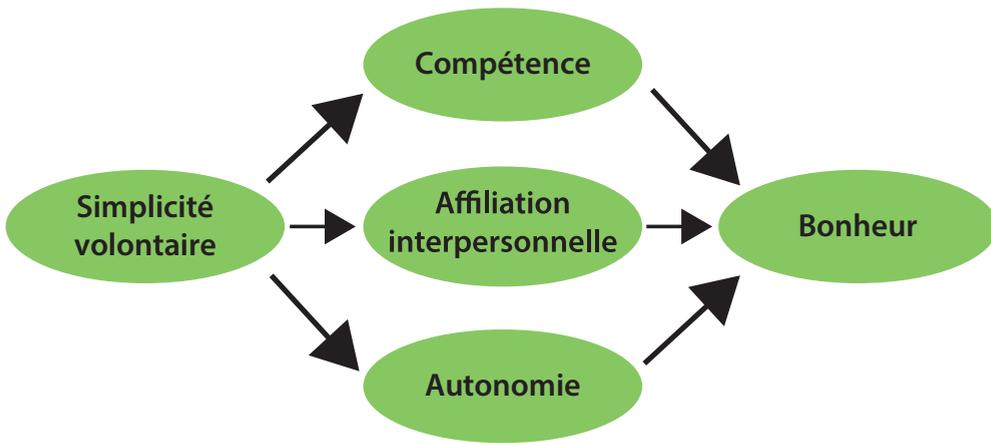


Figure 20. Relation entre simplicité volontaire et bonheur telle que mise en évidence par Rich et al. (2017).

Il semble légitime de penser que la simplicité volontaire favorise les trois besoins psychologiques. Concernant la compétence, les personnes volontairement simples sont convaincues de réaliser de bonnes actions, et ainsi de se sentir utiles aux causes écologiques et sociales de notre temps. De plus, en se concentrant sur l'essentiel, elles ont le sentiment de mieux contrôler leur vie et de mieux se comprendre elles-mêmes ainsi que le monde qui les entoure. En ce qui concerne l'autonomie, les adeptes du mouvement pensent que le temps gagné en réduisant leur temps de travail, ainsi que la sortie de la « cage du consumérisme » (Jackson 2016), mènent à une grande liberté de pensée et d'action. L'affiliation interpersonnelle peut être liée à la simplicité volontaire puisque le temps gagné est souvent consacré à voir leurs proches et à en prendre soin, à rencontrer de nouvelles personnes ou encore à aider des individus dans le besoin.

Impacts sur le bonheur des activités prônées par la simplicité volontaire

Pour mieux comprendre la relation entre simplicité volontaire et bonheur, nous allons passer en revue les différents comportements et pratiques associés à la simplicité volontaire. Pour chacun d'entre eux, nous tenterons de déterminer s'ils ont tendance à mener à une hausse, une stagnation, ou une baisse du bonheur.

Argent

Dans le Chapitre I, nous avons vu que les personnes volontairement simples prônent généralement une baisse des revenus. Examinons les effets possibles de cette pratique sur le bonheur.

Tout d'abord, nous avons vu au chapitre précédent que l'augmentation de la richesse n'augmentait plus forcément le bonheur une fois un certain niveau atteint. Cependant, cela ne veut pas automatiquement dire qu'une baisse de la richesse serait sans conséquence. En effet, il a été montré qu'une perte d'argent provoque généralement une baisse du bonheur sur plusieurs années, avant de revenir au niveau initial dans la plupart des cas. Il semblerait d'ailleurs que la diminution de bonheur soit souvent plus intense et de plus longue durée après une perte d'argent que la hausse générée par un gain (Boyce et al. 2013; Sekulova et al. 2017). Par exemple, les récessions économiques récentes ont réduit pendant une longue période le bonheur moyen dans les pays touchés. En revanche, les pays ayant eu une croissance économique positive au cours des dernières années et décennies ne semblent pas avoir augmenté leur niveau de bonheur (Fanning 2016, p. 100). Ce phénomène qui pousse les humains à être généralement plus affectés par les pertes – d'argent ou autres – que par les gains est bien connu en psychologie. Il s'appelle « l'aversion à la perte » (Kahneman et Tversky 1979).

Si le phénomène d'aversion à la perte s'applique aux personnes pratiquant la simplicité volontaire, alors elles devraient voir leur niveau de bonheur baisser. Cependant, les pertes d'argent n'affectent pas tout le monde de la même façon, et il semble qu'il existe des conditions permettant de réduire la perte de bonheur. Par exemple, à Barcelone, les personnes interrogées 1 à 5 ans après une réduction de revenus étaient même en moyenne plus heureuses qu'avant l'événement (Sekulova et van den Bergh 2013). Les auteur·e·s émettent l'hypothèse que ce résultat serait dû au soutien social et psychologique important reçu là-bas pour compenser la perte de revenus, ainsi que par le fait que les individus ont tendance à peu s'y comparer les uns les autres (Sekulova et al. 2017). Le soutien social étant un élément important pour le bonheur (Helliwell

et al. 2019) alors que la comparaison entre individus – menant à des jalousies – en est un frein, cela expliquerait pourquoi les Barcelonais·e·s ont été peu affecté·e·s par les pertes de revenus. Une autre étude a montré que les pertes monétaires affectent peu les individus avec des valeurs proches de la simplicité volontaire (Schalembier et al. 2020).

La baisse de bonheur après une perte d'argent dépend donc de nombreux paramètres encore mal connus, et il est probable que les personnes volontairement simples soient dans des conditions qui leur permettent d'éviter la baisse de bonheur. En effet, elles font volontairement le choix de diminuer leurs revenus. Elles n'y ont pas été contraintes. La réduction des revenus et de la richesse n'est donc pas réellement vue comme une « perte », et le phénomène de l'aversion à la perte ne s'applique pas à ce contexte. La baisse des revenus pourrait même être vue comme un événement positif, qui rapproche de leurs idéaux de vie.

Par ailleurs, plusieurs actions liées à la simplicité volontaire – diminution de la consommation, logement plus petit, moins de chauffage, utilisation des transports en commun, etc. – provoquent une baisse drastique des dépenses, de telle sorte que les revenus disponibles dans le foyer ne diminuent pas nécessairement (Alexander 2015). De cette manière, les adeptes du mouvement ont toujours assez d'argent disponible pour effectuer les activités qui leur plaisent.

Par conséquent, il est probable que les adhérent·e·s à la simplicité volontaire ne soient pas, ou peu, affecté·e·s par les pertes d'argent.

Temps

Choisir de vivre une vie simple implique généralement de transformer son rapport au temps. En sortant de la nécessité de gagner toujours plus d'argent pour consommer, les adeptes de la simplicité volontaire privilégient une vie plus lente. Le temps n'est cependant pas perdu, il sert à réfléchir aux événements de la vie, à se préoccuper et à prendre soin de ses proches, à contempler, à méditer, etc. Prendre le temps est central à ce mode de vie.

La pression liée au temps est un frein important au bonheur (Andersson et al. 2014). En la réduisant, les adeptes du mode vie simple haussent donc leur bonheur. Il semble d'ailleurs que l'« affluence temporelle » apporte davantage de bonheur que l'« affluence matérielle » dans les pays riches (Burke et al. 2009; Kasser et Sheldon 2009). C'est donc un point très positif pour la simplicité volontaire.

Le temps gagné permet de se consacrer à des activités importantes pour le bonheur. Parmi elles, voir ses amis et sa famille, jardiner, faire du sport, pratiquer des loisirs ainsi que passer du temps dans la nature sont toutes des activités dont il a

été scientifiquement prouvé qu'elles augmentent le bonheur des individus (Brülde et Fors 2013; White et al. 2019; Argyle 2001; Skidelsky et Skidelsky 2012). Enfin, le temps gagné permet d'être dans des conditions plus favorables pour entrer en résonance, pour reprendre le vocabulaire d'Hartmut Rosa. Ainsi, le rapport au temps des adeptes de la simplicité semble mener à davantage de bonheur.



Figure 21. D'après le *World Happiness Report*, les relations sociales sont primordiales au bonheur (Helliwell et al. 2019). Source : domaine public.

Consommation

La simplicité volontaire cherche à réduire au maximum la consommation et à se demander ce dont on a réellement besoin. La consommation privilégiée peut par ailleurs être celle créant du lien et facilitant les relations entre les individus.

Le lien entre consommation et bonheur a été longuement examiné dans le chapitre précédent. En résumé, il semble que celle-ci n'augmente plus – ou très légèrement – le bonheur une fois un certain niveau de consommation atteint. Elle pourrait même, dans certains cas, être un obstacle au bonheur.

La théorie de l'aversion à la perte clame qu'une perte provoque une baisse du bonheur sur plusieurs années. Ainsi, si la réduction de consommation est vue

comme une perte au sein de la simplicité volontaire, elle devrait affecter le bonheur de ses partisan·e·s. Reste à savoir quelles consommations sont vues comme essentielles au sein du mouvement et qui, si elles sont retirées, mèneraient à une baisse significative du bonheur. Impossible d'être exhaustif, mais voici quelques pistes.

Tout d'abord, la consommation permettant de contenter les besoins les plus basiques, notamment pour la survie, est bien entendu nécessaire. Au-delà de ce niveau, les résultats sont moins clairs (Vita et al. 2019) et il faudrait étudier au cas par cas.

Il semble que les deux consommations qui mènent à la plus grande hausse de bonheur dans les pays du Nord sont les voyages à l'étranger et le don aux œuvres de charité (Brülde 2015). La première est traitée plus bas. Concernant la seconde, la réponse est incertaine. En effet, la simplicité volontaire implique généralement une diminution des revenus, ce qui pourrait provoquer une baisse des dons, et donc du bonheur. Cependant, comme expliqué précédemment, la réduction des dépenses mène de nombreuses personnes volontairement simples à disposer d'autant voire plus d'argent que précédemment. Par conséquent, il n'est pas certain que la quantité de dons y soit moins élevée après adoption de ce mode de vie.

Par ailleurs, il semble que ce soit les comportements pro-sociaux – c'est-à-dire considérés comme bons pour la société – et éthiques qui provoquent une hausse

du bonheur (Kasser 2017; Schmitt et al. 2018), et le don aux œuvres de charité n'est qu'un moyen parmi d'autres d'y parvenir. Plusieurs comportements pro-environnementaux ont des effets significativement positifs sur le bonheur (Schmitt et al. 2018). Parmi eux, l'achat de produits d'entretien et de savon éco-friendly, l'achat de produits recyclés, l'usage de sacs réutilisables, privilégier la réparation au remplacement ou encore l'achat en seconde main. « Les résultats suggèrent que les changements de mode de vie qui pourraient faire partie d'une société durable ne re-

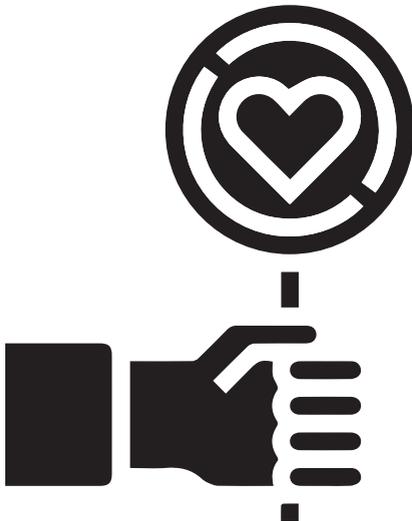


Figure 22. Les comportements pro-sociaux et éthiques provoquent une hausse du bonheur. Source : Noun Project. Licence CC BY 3.0.

présentent pas nécessairement des menaces pour le bien-être, et pourraient même fournir un moyen d'améliorer le bien-être » (Ibid, p.130). Ainsi, même s'ils/elles n'effectuaient pas beaucoup de dons, les adeptes de la simplicité volontaire génèrent beaucoup de comportements pro-sociaux, éthiques et bons pour l'environnement qui sont eux-mêmes associés à une hausse du bonheur. En somme, pas besoin d'effectuer des dons pour être heureux/se.

Ensuite, il semble que pratiquer une consommation plus écologiquement durable n'affecte pas significativement le bonheur, et certaines études empiriques montrent même que les personnes pratiquant une consommation durable ont un niveau de bonheur similaire ou plus haut que les autres (Guillen-Royo 2019; Carrero et al. 2020). « Consommer moins ou consommer des produits et services à faible impact [environnemental] ne semble pas réduire le bien-être » (Guillen-Royo 2019, p. 1112).

Autre pratique associée à la simplicité volontaire, une consommation plus collaborative, par exemple en achetant en commun un vélo ou une box Internet pour plusieurs foyers, semble rendre les individus plus heureux (Hüttel et al. 2020; Schmitt et al. 2018). Ce résultat est sans doute dû au fait que ces comportements favorisent de bonnes relations sociales tout en économisant de l'argent.

Enfin, même si une baisse de consommation menait à une perte de bonheur, il est probable que les individus s'y adaptent après quelques années et que le bonheur revienne à son niveau initial (Brülde 2015). C'est la théorie de l'adaptation hédonique, expliquée au Chapitre 3.

Du côté des aspects négatifs, il semble que les personnes en conflit entre les valeurs matérialistes et écologistes soient tiraillées dans leurs actes de consommation, ce qui conduit à une hausse du stress et une baisse du bonheur (Furchheim et al. 2020). Ces individus subiront l'aversion à la perte. Par ailleurs, il est possible que la pratique de la simplicité volontaire provoque dans certains cas des problèmes relationnels, notamment de l'incompréhension avec ses proches, impactant alors le bonheur. Les adeptes de ce mode de vie pourraient également se sentir jugé·e·s négativement par les autres.

En conclusion, il semble que la baisse de consommation ne produise pas de perte significative de bonheur tant qu'elle n'affecte pas les besoins fondamentaux. Elle pourrait même mener à une hausse du bonheur pour les personnes qui considèrent ce mode de vie comme « éthique » ou « pro-social » sans pour autant se sentir tiraillées entre des valeurs contradictoires. Ce dernier aspect sera abordé plus en détail dans la suite de ce chapitre.

Travail

La réduction du temps de travail est privilégiée au sein du mouvement de la simplicité volontaire. Il doit servir à gagner suffisamment d'argent, mais pas trop. Un travail qui a du sens est également recherché dans le but de vivre une vie épanouie et en accord avec ses valeurs.

Comme expliqué ci-dessus, la baisse de revenus n'est pas nécessairement une mauvaise chose pour les adeptes de ce style de vie, alors que le temps gagné peut être largement bénéfique. Dans l'ensemble, trouver un bon équilibre entre revenu et travail est associé à un bonheur plus élevé (Andersson et al. 2014). Par exemple, les Suédois·e·s qui travaillent plus de 40 heures par semaine sont en moyenne moins heureux·ses que les autres (Andersson et al. 2014). Cependant, une baisse du temps de travail n'est pas bénéfique aux personnes ayant un emploi attractif et des loisirs peu épanouissants (Holmberg et al. 2011).



Figure 23. Trouver l'équilibre entre argent nécessaire et temps de travail est fondamental pour une bonne vie. Source : domaine public.

Guillen-Royo (2019) a observé que la baisse du temps de travail n'amenait pas en elle-même davantage de bonheur en Norvège, mais émet l'hypothèse qu'elle permettrait de trouver le temps nécessaire pour effectuer une consommation plus écologiquement durable, cette dernière ayant augmenté le bonheur des participant·e·s à l'étude.

Par ailleurs, travailler moins permet un meilleur partage du temps de travail au sein de la population, ce qui pourrait diminuer le chômage (Kallis et al. 2013). Puisque celui-ci est associé à une baisse drastique du bonheur chez les individus qui en sont victimes (Frey 2008), la réduction du temps de travail des un·e·s pourrait augmenter le bonheur des autres. Les conséquences pourraient cependant être très négatives si le partage du temps de travail menait à une récession économique (Brülde 2015).

Enfin, les personnes ayant un emploi qui a du sens ont manifestement un plus haut niveau de bonheur que les autres (Sekulova et al. 2017).

Logement

Puisque les dépenses associées au logement sont généralement très importantes et qu'elles engendrent de fortes dégradations de l'environnement, la simplicité volontaire prône de choisir un logement plus petit et plus proche de son travail.

Concernant le choix de l'habitation, il a été montré à plusieurs reprises que les personnes qui doivent effectuer chaque jour un long trajet en voiture pour aller au travail ont un moins haut niveau de bonheur que les autres (Andersson et al. 2014; Stutzer et Frey 2008). Cette activité est source de stress et d'agacement, tandis qu'elle implique des dépenses supplémentaires et une perte de temps considérable. Par ailleurs, les trajets en voiture provoquent une hausse de la pollution, cette dernière étant associée à une baisse du bonheur (Li et al. 2014) et à la mort d'environ 800.000 personnes en Europe chaque année (Lelieveld et al. 2019). Diminuer les trajets en voiture peut donc être salutaire tant pour les individus que pour la société.



Figure 24. Les trajets en voiture provoquent une baisse importante du niveau de bonheur. Source : domaine public.

Il semble également que la taille du logement n'influe pas sur le bonheur (Andersson et al. 2014). La baisse de confort pourrait être compensée par la diminution des dépenses et du temps d'entretien. Ainsi, le choix d'un logement plus près de son travail et plus petit ne mènerait pas à une baisse du bonheur.

La vie à la campagne, parfois privilégiée au sein du mouvement, serait également associée à un plus haut niveau de bonheur, même si le temps de trajet jusqu'au travail est allongé (Fors et Brülde 2011).

Enfin, il semble que baisser le chauffage de son habitation ne mène pas à une baisse du bonheur (Verhofstadt et al. 2016), et cette action provoquerait même une hausse du bonheur quand celle-ci est réalisée dans le but de faire une bonne action pour l'environnement (Schmitt et al. 2018). Un résultat similaire a été obtenu concernant la baisse de l'air conditionné.

Alimentation

Il existe de nombreuses manières d'associer l'alimentation à la pratique de la simplicité, comme « manger local, bio, modérément au restaurant, moins ou pas de viande, simplement, légèrement et de manière créative et, dans la mesure du possible, cultiver ses propres fruits et légumes » (Alexander 2015, p. 125).

La consommation de fruits et légumes semble être liée à un plus haut niveau de bonheur (Mujcic et Oswald 2016), sans doute parce qu'elle participe à assurer une meilleure santé – ce dernier élément étant primordial au bonheur (Kahneman et Deaton 2010). Il en va de même de la consommation d'aliments locaux et de saison (Verhofstadt et al. 2016).

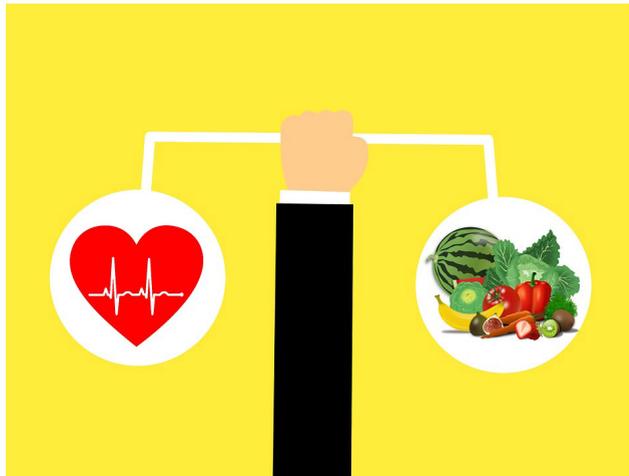


Figure 25. La santé, un élément capital au bonheur. Source : domaine public.

Manger au restaurant ne serait pas associé à une augmentation du bonheur

(Verhofstadt et al. 2016). De même, la consommation de viande et de poisson ne mène pas à davantage de bonheur (Guillen-Royo 2019; Andersson et al. 2014), bien que Fors et Brülde (2013) aient observé que les Suédois·e·s mangeant de la

viande au moins une fois par semaine sont légèrement plus heureux/ses que les autres. Le rôle important de la consommation de viande sur la vie sociale et sur le statut de l'individu au sein de la société pourrait être contrebalancé par ses effets néfastes sur la santé (Richi et al. 2015). La nourriture hautement transformée augmente aussi les problèmes de santé (Fiolet 2018), et il est donc probable que son effet sur le bonheur ne soit pas non plus positif.

Un autre facteur à l'avantage de la simplicité volontaire est qu'avoir une alimentation plus néfaste pour l'environnement ne mène pas à davantage de bonheur (Andersson et al. 2014; Verhofstadt et al. 2016).

En conclusion, il semble que l'alimentation prônée par la simplicité volontaire ne provoque pas de baisse du bonheur, et peut-être même une légère hausse.

Voyage

La simplicité volontaire prône généralement de faire du tourisme différemment, en évitant de prendre l'avion, en privilégiant les déplacements sur place en train, à vélo ou à pied tout en prenant le temps de visiter.

Prendre l'avion est associé à un niveau plus élevé de bonheur (Brülde 2015; Andersson et al. 2014; Verhofstadt et al. 2016). Se référant à la théorie de l'aversion à la perte, il est probable que la restriction des voyages en avion provoque une baisse durable du bonheur au sein du mouvement de la simplicité si cette restriction est vue comme une véritable perte. Sachant que les personnes avec des valeurs écologistes n'effectuent pas moins de voyages en avion que les autres (Alcock et al. 2017), on peut supposer que ceux-ci sont importants pour ces personnes, et donc notamment pour les adhérent·e·s à la simplicité volontaire.

Andersson et ses collègues (2014) fournissent une alternative plus réjouissante. Se basant sur une enquête réalisée au sein de la population suédoise, ils émettent l'hypothèse que les voyages en avion sont bénéfiques au bonheur parce qu'ils contribuent à de meilleures relations sociales. Si tel est le cas, ce n'est pas l'avion en lui-même qui élève le niveau de bonheur mais le fait qu'il améliore les relations sociales et, à cette fin, il existe quantité de stratégies pour atteindre des relations épanouies n'impliquant pas de voyager en avion.



Figure 26. Prendre l'avion semble généralement augmenter le bonheur. Source : domaine public.

Le rapport au temps spécifique à la simplicité volontaire pourrait faire en sorte que les individus profitent davantage de leurs vacances, que celles-ci impliquent de prendre l'avion ou non. Pour reprendre le vocabulaire d'Hartmut Rosa introduit au chapitre précédent, les possibilités de résonance sont multipliées. Ce rapport au temps différent permet de davantage profiter des petits plaisirs de la vie, sans nécessairement avoir besoin de partir au bout du monde.

Enfin, les moyens de transport plus écologiques, c'est-à-dire la marche, le vélo et le train, semblent associés à légèrement davantage de bonheur (Schmitt et al. 2018; Holmberg et al. 2011), sans doute parce qu'ils sont vus comme des comportements pro-sociaux et éthiques.

Conclusion

Le Tableau 4 reprend les différents comportements associés à la simplicité abordés dans ce chapitre. En conclusion, les résultats actuels semblent induire que la simplicité provoque une hausse du niveau de bonheur. Notons que, la simplicité

étant volontaire, ces différents comportements ne sont pas nécessairement tous mis en place par chacun et chacune des adeptes de ce mode de vie.

Comportement associé à la simplicité volontaire	Effet sur le bonheur
Baisse des revenus et de la richesse	o
Augmentation du temps pour effectuer d'autres activités que de travailler et de consommer	++
Logement proche de son lieu de travail	+
Diminution de la taille du logement et du chauffage	o
Forte réduction de la consommation	+/- ⁴
Comportements pro-sociaux et éthiques	+
Baisse des voyages en avion	-/o
Alimentation équilibrée, sans excès, et avec peu de viande	+/o

Tableau 4. Effet sur le bonheur des comportements associés à la simplicité volontaire.

Simplicité volontaire augmentant le bonheur de toutes et tous ?

Ce chapitre a jusqu'à présent mis en lumière le fait que la simplicité volontaire semble mener à un niveau de bonheur plus élevé, ou en tout cas pas moins élevé. Cependant, on peut se demander si les résultats seraient identiques pour les individus n'ayant pas encore adopté ce mode de vie.

Influence des valeurs

Les valeurs servent de principe directeur dans la vie et motivent les choix et les convictions (Schwartz 2012). D'après le psychologue israélien Shalom Schwartz, dont la classification est mondialement reconnue, il existe 10 valeurs de base. Certaines s'accordent volontiers, tandis que d'autres sont plutôt contradictoires. La Figure 27 reprend les 10 valeurs de base. Les valeurs les plus éloignées les unes des autres dans le cercle sont les plus contradictoires. Par exemple, les valeurs de réussite et de pouvoir s'accordent peu avec celles d'universalisme, de bienveillance et d'autonomie : « [...] la poursuite des valeurs de réussite entre généralement en conflit avec la poursuite des valeurs de bienveillance. Chercher le succès pour soi a tendance à faire obstacle aux actions visant à améliorer le bien-être des autres » (Schwartz 2012, p. 8).

4 L'effet sera plutôt positif si la baisse de consommation n'affecte pas les besoins fondamentaux et ne provoque pas un tiraillement entre des valeurs contradictoires – telles que consumérisme et simplicité. Il sera plutôt négatif dans le cas contraire.

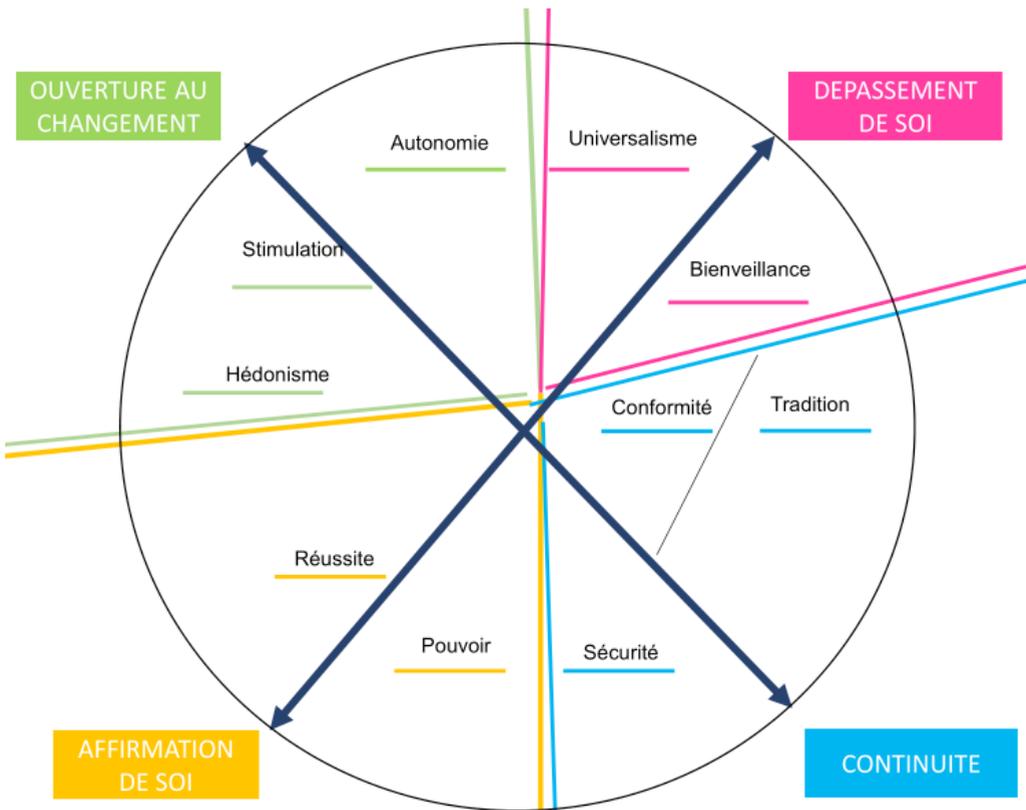


Figure 27. Catégorisation des 10 valeurs humaines de base de Shalom Schwartz. Source : Conscience Numérique Durable. Licence Creative Commons.

Il semble que les valeurs d'universalisme, de bienveillance et d'autonomie soient les plus présentes parmi les adeptes de la simplicité volontaire (Hüttel et al. 2020). Ils/elles sont notamment concerné·e·s par les sujets éthiques et environnementaux (Iyer et Muncy 2016), ont tendance à se soucier des autres et de leurs proches, à être compréhensif·ve·s et tolérant·e·s ainsi qu'à être indépendant·e·s dans leurs choix et leurs actions (Hüttel et al. 2020; Khan 2017). « Comme le soutient la littérature, [ils/elles] prennent des décisions de consommation conscientes, fondées sur des valeurs, qui reflètent des préoccupations sociétales, personnelles ou environnementales » (Hüttel et al. 2020, p. 3). En revanche, ils/elles sont peu à la recherche du pouvoir et de la réussite, et ne mettent pas en avant des intérêts égoïstes (Hüttel et al. 2020).

Les personnes qui adoptent un mode de vie simple de manière volontaire ont donc généralement des valeurs qui ne correspondent pas à celles de l'ensemble de la population. Est-ce que la simplicité volontaire donnerait les mêmes résultats

si elle était adoptée par des personnes avec des valeurs de pouvoir et de réussite, ou même consuméristes ?

On peut tout d'abord légitimement se demander si la question a un sens, car il semble a priori peu probable que des individus avec des valeurs opposées à la simplicité adoptent tout de même ce mode de vie. Néanmoins, les données étudiées n'approuvent pas ce raisonnement puisque, bien que moins nombreux, des individus de ce type existent (Hüttel et al. 2020). De la même manière que de nombreuses personnes avec des valeurs de bienveillance et d'universalisme ont tendance à privilégier leur propre réussite et l'obtention de pouvoir.

Examinons donc l'effet de la simplicité volontaire sur des individus avec des valeurs a priori opposées à ce style de vie. Davantage de recherches sont nécessaires à ce sujet, mais il est probable que les comportements d'un individu, pour qu'ils lui soient bénéfiques, doivent être en accord avec ses valeurs. Comme les valeurs servent de principes directeurs dans les choix et les pensées, celles-ci poussent les individus à effectuer certaines actions plutôt que d'autres. Ainsi, il est probable que les personnes volontairement simples qui ont des valeurs de réussite et de pouvoir soient tiraillées entre des valeurs contradictoires. L'étude de Pia Furchheim et ses collègues (2020) a d'ailleurs montré que les individus qui se trouvent en conflit entre les valeurs matérialistes et écologistes ont tendance à se sentir coupables et stressés quand ils désirent consommer, et cela impacte leur niveau de bonheur (Furchheim et al. 2020). Autre résultat intéressant, une baisse de revenus affecte plus fortement le bonheur des matérialistes, notamment parce qu'ils/elles ont tendance à se comparer davantage aux autres (Schalembier et al. 2020).

Par conséquent, il est probable que l'adoption de la simplicité volontaire par des personnes avec des valeurs a priori opposées à ce mode de vie soit néfaste dans de nombreux cas.

Heureusement, les valeurs les plus représentées au sein des sociétés humaines modernes sont l'universalisme, la bienveillance et l'autonomie (Schwartz 2012), c'est-à-dire les trois valeurs les plus proches de la simplicité volontaire. Les valeurs de pouvoir et de réussite sont parmi les moins présentes. L'adoption du style de vie volontairement simple pourrait donc bénéficier à une large part de la population. On pourrait même émettre l'hypothèse que cela permettrait à de nombreux individus de mieux accorder leur mode de vie avec leurs valeurs.

La simplicité volontaire pour changer ses valeurs et augmenter son bonheur ?

Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, les personnes matérialistes et cherchant davantage la réussite et le pouvoir ont en moyenne un niveau de

bonheur moins élevé que les autres (Hellevik 2014; cf. Figures 13 et 14, page 37 de cette étude). En prenant le contre-pied de la section précédente, on peut se demander si l'adoption de la simplicité volontaire ne pourrait pas rendre ces personnes plus heureuses sur le long terme.

Tout d'abord, il est possible de changer ses propres valeurs. Des études ont montré que des individus s'étaient éloignés durablement des valeurs matérialistes après une diminution de leur exposition à ces valeurs, par exemple en étant moins en contact avec les publicités, tout en étant dans un environnement prônant d'autres valeurs (Kasser 2016, p. 14; Parker et al. 2020). Ainsi, en étant entourés de personnes prônant des valeurs non-matérialistes, telles que celles liées à la simplicité volontaire, il est probable que les individus avec des valeurs matérialistes s'en éloignent petit à petit. Toutefois, il n'est pas possible de passer complètement d'un socle de valeurs à un autre, puisqu'une partie de celles-ci sont déterminées par les gènes (Schwartz 2006) – même si l'environnement et la culture jouent un rôle important.

Ensuite, s'éloigner des valeurs matérialistes semble bénéfique au bonheur. Des études scientifiques ont suivi des individus pendant plusieurs mois et même parfois pendant plusieurs années, et ont remarqué que ceux qui s'étaient éloignés des valeurs matérialistes avaient en moyenne un plus haut niveau de bonheur que précédemment (Hope et al. 2014; Kasser et al. 2014).

Par conséquent, et même si des recherches supplémentaires sont nécessaires, l'adoption de la simplicité volontaire par les personnes ayant des valeurs plutôt opposées à ce mode de vie pourrait les transformer petit à petit pour les éloigner du matérialisme et, finalement, leur apporter un bonheur supplémentaire. De ce point de vue, la simplicité augmenterait à terme le bonheur des individus qui accordent une importance conséquente à la consommation, au pouvoir et à la réussite.

Conclusion

Les études actuelles tendent à montrer que les individus adoptant la simplicité volontaire ont un niveau de bonheur supérieur ou semblable aux autres. Elle participerait à l'augmentation du bonheur par le biais de la satisfaction des trois besoins psychologiques : autonomie, compétence et affiliation interpersonnelle. Par ailleurs, la plupart des comportements associés à ce style de vie ne semblent pas mener à une baisse du bonheur. Par contre, l'augmentation du temps disponible pour effectuer d'autres activités que travailler et consommer ainsi que l'adoption de comportements pro-sociaux et environnementaux, qui sont prônés au sein du mouvement, sont largement bénéfiques au bonheur. Par conséquent, il semble que la simplicité volontaire apporte un léger bénéfice au niveau personnel.

Néanmoins, ce mode de vie ne fournirait pas nécessairement les mêmes avantages s'il était adopté par des personnes qui ont des valeurs opposées à celui-ci. Cependant, puisque les valeurs en lien avec ce mode de vie sont dominantes au sein des sociétés humaines, la simplicité volontaire pourrait être bénéfique à une large part de la population.

Chapitre 5 : Avantages environnementaux de la simplicité volontaire ?

Dans le chapitre précédent, nous avons vu que la simplicité volontaire semble mener à une faible augmentation du bonheur dans de nombreux cas, et rarement à une baisse de celui-ci. Apporte-t-elle également un avantage environnemental ? Certaines recherches scientifiques à ce sujet peuvent nous éclairer.

Baisse d'impact pour les comportements associés

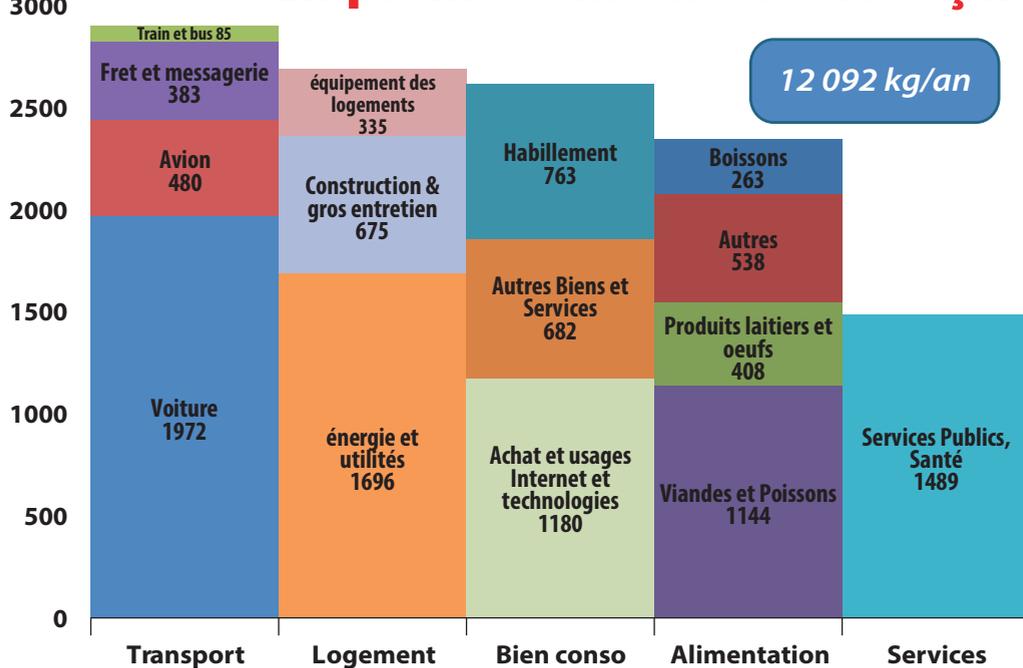
Commençons par examiner quelles pratiques prônées par la simplicité volontaire mènent en général à une augmentation ou à une diminution de l'impact environnemental. Les résultats sont à première vue très encourageants. En effet, toutes, sauf une, semblent produire une réduction de l'impact environnemental.

À titre d'information, les Figures 28 et 29 reprennent les émissions de gaz à effet de serre par secteur d'activité en France, en utilisant deux méthodes de structuration différentes. Il est possible, de cette manière, d'avoir une vision assez claire des pratiques à mettre en place pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre, responsables du changement climatique et représentant 60% de l'empreinte écologique de l'humanité (Earth Overshoot Day 2019).

À priori, puisque la simplicité volontaire agit sur différents secteurs émettant le plus de gaz à effet de serre – transport, logement, alimentation et consommation –, elle devrait provoquer une baisse significative de l'impact environnemental des individus. Parmi les actions à forte incidence, réduire l'utilisation de la voiture et de l'avion, baisser le chauffage et réduire la taille du logement, diminuer la consommation de viande ou encore éviter autant que possible la consommation de manière générale. À titre d'information complémentaire, le Tableau 5 reprend des émissions de gaz à effet de serre de certaines actions individuelles.

Kg eq CO/an

Empreinte carbone des Français



Sources : statistiques.developpement-durable.gouv.fr ; Carbone 4 ; Agreste ; INSEE ;

Figure 28. Émissions de gaz à effet de serre par secteur en France en 2015-2016. Source : ©Ravijen (2018). Tous droits réservés.

Quel poids de chaque secteur dans nos émissions?

31 %
Transports

19 %
Batiments

19 %
Agriculture

18 %
Industrie

10 %
Transformation d'énergie

3 %
Déchets

De quelles activités proviennent ces émissions?

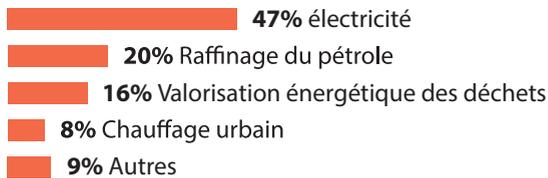
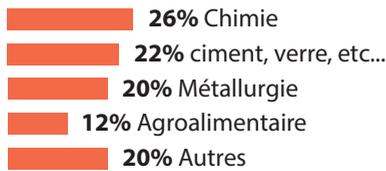
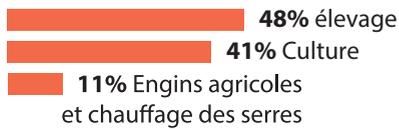
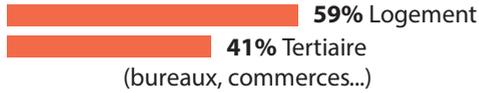
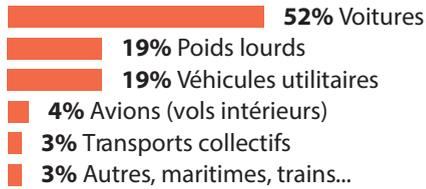


Figure 29. Émissions de gaz à effet de serre par secteur en France en 2017. Source : adaptation de Carbone 4 (2019).

Action	Émission (kg CO2e)
Consommation d'un-e Européen-ne moyen-ne	9. 100 par an
Émissions de GES par personne recommandées en 2050 pour rester sous les 2°C de réchauffement climatique	2.100 par an
Trajet Londres-New York (aller-retour)	3.200
Effectuer seul 1.000 km en voiture (modèle milieu de gamme)	250
Achat d'une télévision connectée milieu de gamme, 55 pouces (Samsung)	441
Achat d'une tablette (Apple)	80-200
Achat d'un ordinateur portable milieu de gamme (Apple, Dell)	300-500
Consommer 1 kg de viande de bœuf	36
Passer d'une alimentation omnivore à une alimentation végétarienne/végane	- 600/800 par an
Laver ses vêtements à l'eau froide	- 250 par an
Recycler tous ses déchets correctement	- 210 par an
Pendre ses vêtements au lieu d'utiliser un séchoir	- 210 par an
Isoler les murs de son habitation	- 180 par an
Manger bio, local et de saison	- 80 par an
Réduire les emballages et le plastique à usage unique	- 40 par an
Réduire de deux heures par jour le visionnage de vidéos en 4K sur un ordinateur	- 51 par an

Tableau 5. Émissions de gaz à effet de serre de certaines actions. Les chiffres donnés sont par personne même quand il y a plusieurs individus au sein d'un ménage. Sources : Eurostat (2020a); Eurostat (2020b); Wynes et Nicholas (2017); Ravijen (2018); Écoconso (2019a); Ademe (2017); Kamiya (2020); Dell (2019); Apple (2019).

Un seul comportement associé à la simplicité volontaire semble mener à une empreinte environnementale supplémentaire : vivre à la campagne. En effet, cela implique en moyenne davantage de déplacements ainsi qu'un logement plus spacieux à construire, entretenir et chauffer (Holmberg et al. 2011), induisant une plus grande utilisation d'énergie et de ressources.

Incertitude sur les comportements réellement adoptés et écart comportement-impact

Étant donné que la simplicité est volontaire, tous les comportements prônés au sein du mouvement ne sont pas nécessairement adoptés. Il est possible que les personnes volontairement simples préfèrent effectuer certaines actions ayant une faible influence positive sur l'environnement, comme diminuer l'usage des

plastiques, privilégier le recyclage ou encore manger local, bio et de saison – cf. Tableau 5 ci-dessus pour les chiffres de la réduction d'émissions de gaz à effet de serre pour chacune de ces actions.

La tendance à préférer les pratiques qui n'apportent que peu de bénéfices écologiques est observée dans la population générale (Moser et Kleinhüchelkotten 2018; Csutora 2012). Une étude belge a ainsi montré que l'adoption d'un mode de vie que les individus interrogés considèrent comme durable implique une baisse extrêmement faible – de l'ordre de quelques pourcents – d'empreinte écologique (Bleys et al. 2018). En d'autres termes, les individus ont l'impression d'effectuer de bonnes pratiques pour l'environnement, alors que les actions mises en place n'ont qu'un impact très faible. On parle du problème de l'« écart comportement-impact ».

Ce phénomène semble dû non seulement au manque d'information sur les pratiques qui ont réellement de fortes répercussions sur leur empreinte mais aussi parce que nombre d'actions qui provoquent une vraie réduction d'impact impliquent des changements de comportement plus importants. En effectuant quelques écogestes, les individus ont l'impression de faire leur part, mais ils n'ont diminué leur empreinte que marginalement. Par exemple, changer de logement ou de moyen de transport peut fortement réduire l'empreinte écologique, mais ces solutions sont rarement privilégiées. De même, les voyages en avion sont souvent considérés comme trop importants que pour être abandonnés, même si cette pratique est extrêmement néfaste pour l'environnement – par exemple, un trajet Londres-New York aller-retour représente approximativement 15 ans de recyclage intensif, cf. Tableau 5 ci-dessus pour d'autres comparaisons.

Bien que les adeptes de la simplicité volontaire soient généralement enclins à faire des efforts pour l'environnement et à se renseigner davantage sur les questions écologiques (Brown et Kasser 2005), il est possible qu'ils tombent également en partie dans le piège de l'écart comportement-impact.

Réduction de l'effet rebond

Un autre élément entre en ligne de compte pour le calcul de la réduction de l'impact environnemental, c'est l'« effet rebond ». Ce phénomène traduit les changements de comportement de consommateurs/trices. Imaginons qu'une personne vienne d'acheter une nouvelle voiture qui consomme moins d'essence que la précédente. Elle va économiser de l'argent sur ses pleins. Cet argent économisé va être réutilisé, par exemple pour partir en voyage ou pour acheter un ordinateur. De cette manière, bien que l'impact environnemental ait été réduit d'un côté en consommant moins de carburant, il a été augmenté

ailleurs. En particulier, un effet rebond se produit à chaque fois qu'une économie d'argent est réalisée. Ainsi, baisser le chauffage de son logement, diminuer la consommation de viande ou encore éviter la consommation de manière générale ne sont que quelques-unes des actions sujettes à l'effet rebond.

Certaines consommations effectuées après une économie d'argent peuvent être bénéfiques pour l'environnement, comme poser des panneaux solaires ou effectuer des placements ou investissements verts mais, en moyenne, l'impact environnemental est juste transféré d'un domaine vers un autre, de telle manière que l'action supposément bonne pour l'environnement n'apporte pas les gains espérés. Il existe plusieurs types d'effet rebond, et leur explication dépasse le cadre de cette étude – pour plus d'information à ce sujet, voir l'étude de la Ligue de l'Enseignement intitulée « Enjeux environnementaux : un système à déconstruire, une alternative à concevoir » (Plomteux 2019).



Figure 30. Illustration de l'effet rebond. Source : Conscience Numérique Durable. Licence Creative Commons.

La simplicité volontaire semble bien armée pour contrer le phénomène d'effet rebond. De fait, elle prône une baisse des revenus par la réduction du temps de travail. De cette manière, une réduction d'impact environnemental d'un côté ne conduit pas à de nouvelles consommations et ne produit donc pas d'effet rebond (Kasser 2017). Comme expliqué au Chapitre I, la simplicité volontaire n'est pas synonyme d'épargne, de telle sorte qu'une économie d'argent ne mène pas non plus une banque à augmenter ses investissements, et le risque d'impacts environnementaux qu'ils engendrent.

Par conséquent, il est probable que le mode de vie volontairement simple réduise fortement les effets rebonds.

Réduction des revenus et du temps de travail, deux mesures très efficaces

Au-delà de la diminution de l'effet rebond, la baisse des revenus et du temps de travail sont deux mesures efficaces pour réduire l'empreinte écologique. Concernant les revenus, le lien très fort entre richesse et impact environnemental a été démontré à maintes reprises (Moser et Kleinhüchelkotten 2018). La Figure 31 met en évidence le lien puissant entre la richesse d'un pays et les émissions de dioxyde de carbone, le gaz à effet de serre participant le plus au changement climatique. Plus un pays est riche, et plus il émet de CO₂.

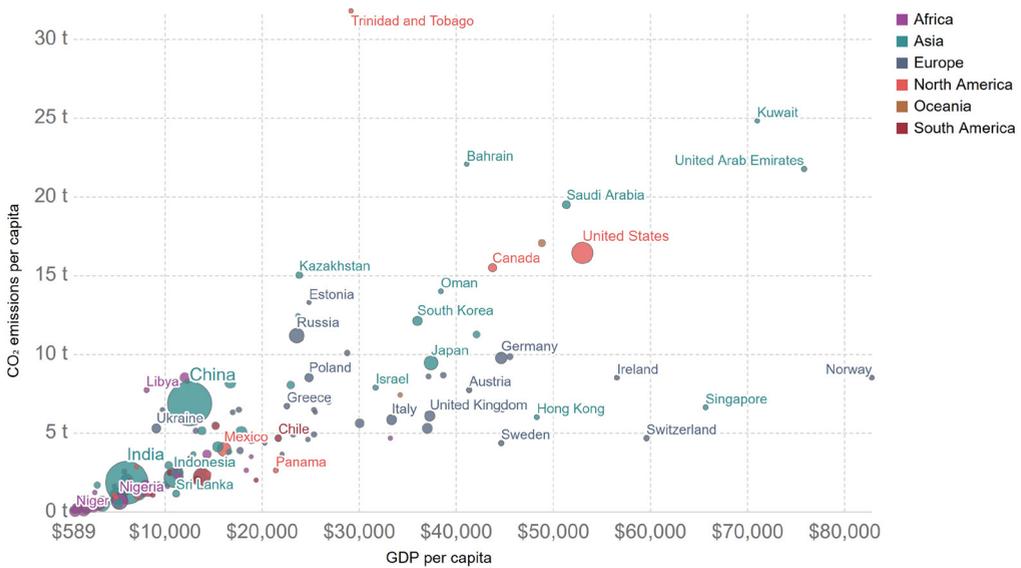


Figure 31. Émission de CO₂ par personne en fonction du PIB par habitant-e des pays en 2016. Source : Ritchie et Roser (2020). Licence CC-BY.

Par ailleurs, des études d'Oxfam (2015) ont montré que la plupart des émissions de CO₂ au niveau mondial sont dues aux personnes les plus riches de la population mondiale. En Allemagne par exemple, les 10% les plus riches émettent en moyenne environ 19 tonnes par an chacun, alors que la moitié la plus pauvre n'en émet qu'un peu plus de 5 tonnes – cf. Figure 32 pour les chiffres des autres pays du G20.

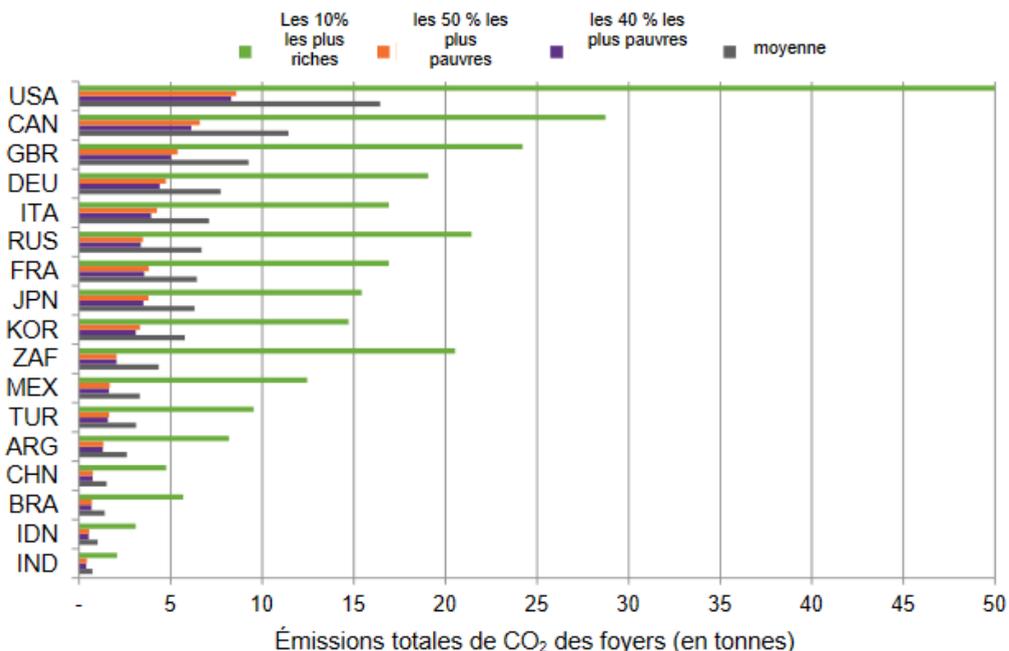


Figure 32. Émission de CO₂ par habitant-e par tranche de richesse dans les pays du G20. Source : ©Oxfam (2015). Tous droits réservés.

De plus, en 2015, les 10% les plus riches de la population mondiale émettaient environ 49% du total des émissions de dioxyde de carbone, alors que la moitié la plus pauvre n'en émettait que 7% (Stockholm Environment Institute et Oxfam 2020) – cf. Figure 33. Ainsi, une personne qui fait partie des 1% les plus riches au monde émettait en 2015 en moyenne 107 fois plus de CO₂ qu'une personne se situant dans les 50 % les plus pauvres. Ce chiffre monte à 314 fois pour les 0,1 % les plus riches (Stockholm Environment Institute et Oxfam 2020). Il semble donc évident que réduire ses revenus et sa fortune contribue à baisser l'empreinte écologique d'un individu.

Pourcentage des émissions de CO₂ dans la population mondiale

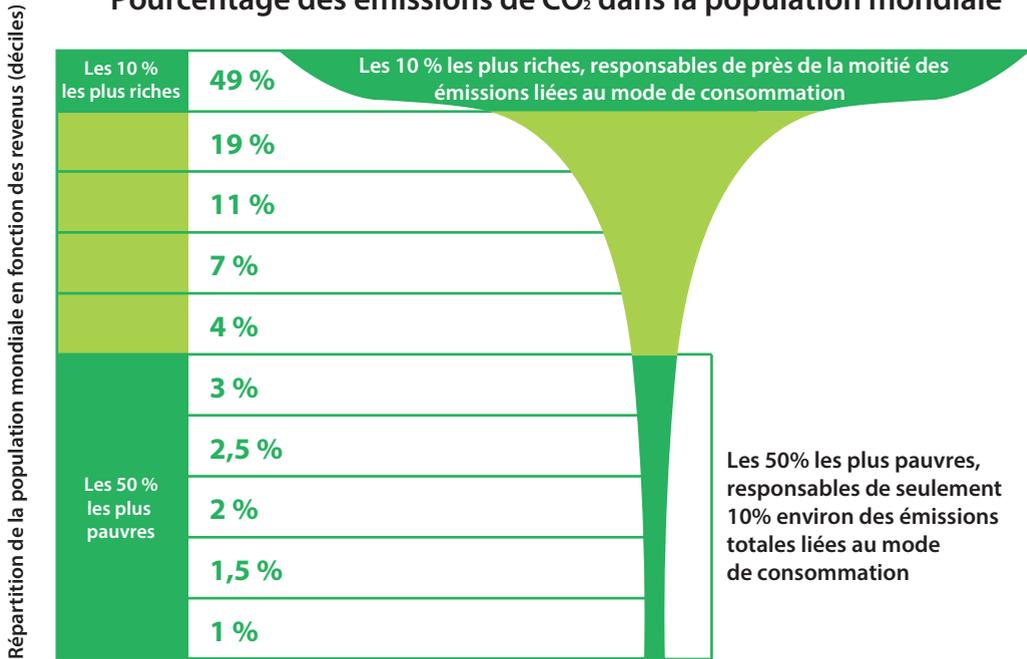


Figure 33. Cette illustration reprend les chiffres d'une étude plus ancienne d'Oxfam. Les derniers rapports font état de seulement 7%, et non 10%, d'émission de CO₂ incombant aux 50% les plus pauvres. Source : ©Oxfam (2015). Tous droits réservés.

La réduction du temps de travail, sans doute parce qu'elle diminue les revenus, provoque une baisse substantielle de l'impact environnemental (Knight et al. 2013). Étudiant le cas de la Suède, Nässén et Larsson (2015, p. 726) déclarent que « les résultats indiquent qu'une baisse du temps de travail de 1% pourrait réduire l'utilisation d'énergie et d'émission de gaz à effet de serre d'environ 0,7% et 0,8%, respectivement ». Autrement dit, en passant de 38 à 30 heures par semaine, la diminution d'émission de gaz à effet de serre serait de 17%.

Une étude sur l'impact environnemental de la simplicité volontaire

Les différents éléments développés dans cette section poussent à penser que la simplicité volontaire mène à une baisse de la dégradation de l'environnement mais, pour en avoir la certitude, cela nécessite des études scientifiques qui calculent en détail l'empreinte écologique de ce mode de vie. Une seule étude se rapprochant de ces standards existe (Brown et Kasser 2005) et, d'après cette dernière, les adeptes de la simplicité volontaire ont une empreinte écologique environ un quart moins élevée que les autres.

L'étude en question a été réalisée aux États-Unis il y a 15 ans. Les résultats commencent donc à dater, demandent confirmation et ne s'appliquent peut-être pas aux réalités des autres pays, mais ils constituent tout de même une indication.

Peut-être aurait-on pu imaginer une diminution plus importante. Cependant, puisque les personnes volontairement simples sont aussi sujettes à l'écart comportement-impact et aux effets rebonds, la réduction d'empreinte est déjà substantielle.

Conclusion

Il semble que la simplicité volontaire permette de réduire de manière conséquente l'impact environnemental des individus. Elle semble en partie empêcher de tomber dans le piège de l'effet rebond et de l'écart comportement-impact, qui ont pour conséquence de diminuer drastiquement les avantages écologiques des actions individuelles.

Suffisant pour rester sous les limites planétaires ?

En 2016, l'empreinte écologique d'un·e Belge était environ 3,8 fois supérieure à celle que la Terre peut fournir sur le long terme à chaque être humain (Global Footprint Network 2020). Par ailleurs, il faudrait que chaque Européen·ne·s parvienne individuellement à réduire ses émissions de gaz à effet de serre par plus de 4 en 30 ans pour effectuer leur part et espérer rester sous les 2 degrés de réchauffement climatique – cf. Tableau 5, page 74, pour les chiffres précis à ce sujet.

Ainsi, bien que les personnes volontairement simples aient un impact environnemental plus faible que le reste de la population, cette diminution n'est pas suffisante pour revenir sous les limites planétaires. Si, comme le suggère l'étude réalisée par Brown et Kasser (2005), ce mode de vie permet de diminuer d'environ un quart l'empreinte écologique, alors un·e Belge le pratiquant aurait encore une empreinte écologique presque trois fois supérieure aux limites de la planète. Très loin donc de redescendre sous les limites planétaires et d'éviter un réchauffement climatique trop important.

Les actions individuelles ne suffisent pas

Certain·e·s partisan·e·s de la simplicité volontaire ont un impact environnemental extrêmement faible, en deçà des limites planétaires (Beavan 2009). Néanmoins, puisque ce style de vie est volontaire, il n'est pas possible d'imposer à tout·e·s les adeptes du mouvement de vivre de cette façon. Ces derniers/ères, comme tout le monde, se trouvent confronté·e·s à de nombreux freins dans l'optique de réduire leur dégradation de l'environnement.

Pour y parvenir de manière plus efficace, des changements systémiques sont nécessaires. Par exemple, tant que les transports en commun ne seront pas davantage présents et de meilleure qualité, les individus auront tendance à les éviter. Tant que les voyages en avion seront si bon marché, il est probable que ceux-ci deviennent de plus en plus populaires, malgré le réchauffement climatique important qu'ils induisent. Tant qu'une information juste et facilement accessible sur l'impact environnemental de nos comportements ne sera pas disponible, les individus risqueront de se perdre en écogestes peu efficaces. Tant que les valeurs consuméristes et mettant en avant le travail, le pouvoir et l'argent seront aussi présentes, la production mondiale – et les impacts environnementaux résultants – risqueront de continuer à augmenter alors que les actions pro-environnementales seront sujettes aux effets rebonds. Des technologies existantes, telles que les énergies renouvelables, devront également être mises en place à grande échelle pour réduire l'impact environnemental de chacune de nos actions, alors que de nouvelles technologies devront être développées.

Toutes ces considérations vont bien au-delà de l'effort des individus, et ne peuvent être mises en place que collectivement. Autrement dit, il ne suffit pas de changements au niveau individuel pour redescendre sous les limites planétaires, mais des transformations systémiques – politiques, économiques, sociales, culturelles – sont nécessaires. Le groupe de conseil français Carbone 4 (2019) a calculé que, si les Français·e·s effectuaient un effort qualifié de « héroïque » pour le climat (en devenant végétarien, en prenant le vélo pour les trajets courts, en ne prenant plus l'avion, etc.), les émissions de gaz à effet de serre nationales ne seraient réduites que d'un quart. Leur conclusion est que « les gestes individuels peuvent donc contribuer au maximum à un peu moins d'un tiers de l'effort à faire pour atteindre les objectifs fixés par l'Accord de Paris » (p. 10).

Le reste de la réduction d'émissions de gaz à effet de serre devrait venir d'actions collectives, et « les entreprises et l'État doivent donc aussi se transformer en profondeur » (Convention Citoyenne pour le Climat 2019, p. 33). Par conséquent, il semble que les adeptes de la simplicité volontaire remplissent déjà leur part : une réduction d'impact d'environ un quart. Ce mode de vie est donc une arme

efficace pour lutter contre les problèmes environnementaux au niveau individuel, mais il n'est pas suffisant puisqu'il ne traite pas des changements au niveau collectif – bien qu'une partie du mouvement prône aussi d'agir pour provoquer des changements politiques (Alexander 2015).



Figure 34. C'est par le collectif que les changements les plus importants arriveront. Source : European Wilderness Society. Licence CC BY-NC-SA 4.0.

Et dans une « société de la simplicité » ?

Dans la section précédente, nous avons vu que la simplicité volontaire n'était pas suffisante pour redescendre sous les limites planétaires car elle se cantonne à l'action au niveau individuel. Que se passerait-il si ce mode de vie était incité, facilité, ou même partiellement imposé, par des politiques ? La simplicité ne serait alors plus volontaire, puisqu'elle ne serait plus pratiquée en conséquence de choix individuels. On vivrait, dans ce cas, dans une « société de la simplicité ».

Il est probable que si, demain, des politiques allant dans ce sens étaient mises en place, une large part de la population y serait opposée. En effet, nombreux sont celles et ceux qui ne sont pas prêt·e·s à faire des efforts importants pour lutter

contre la dégradation de l'environnement. De telles politiques pourraient être considérées comme des restrictions de liberté intolérables. La suite abordera plus spécifiquement cette problématique, en lien avec les avantages que ce genre de mesures pourraient apporter.

Quel serait donc le résultat de l'adoption massive de la simplicité au niveau collectif ? Il est probable qu'elle soit extrêmement efficace pour réduire l'impact environnemental mondial, et peut-être même suffisante pour revenir sous les limites permettant à la planète de se régénérer sur le long terme. Plusieurs arguments vont dans ce sens.

Premièrement, on peut regarder l'impact des communautés vivant proches du mode de vie simple tel que décrit dans cette étude. Elles sont généralement appelées « éco-communautés » ou « éco-villages », et se caractérisent par l'envie de vivre ensemble pour des raisons écologiques (Cattaneo 2014). Il en existe des milliers à travers le monde, de différentes tailles, installées dans des régions très diverses et avec des styles de vie parfois différents, mais il est clair qu'elles sont proches de la simplicité telle que définie au Chapitre I : peu de consommation, recherche d'équilibre entre argent nécessaire et temps de travail, alimentation locale et écologique ou encore logements petits et peu énergivores (Hall 2015; Lockyer 2017).



Figure 35. Logements dans un éco-village au Danemark. Source : Øyvind Holmstad. Licence CC BY-SA 4.0.

Plusieurs études scientifiques ont tenté de quantifier l’empreinte écologique des habitant·e·s de telles communautés. Par exemple, Sherry (2019) a examiné trois éco-communautés établies de longue date aux États-Unis et contenant un nombre important de membres, et a conclu qu’elles avaient un impact environnemental près de 3 fois moins élevé que le reste de la population américaine. Une étude comparative d’une quinzaine d’éco-communautés à travers le monde a établi que leur empreinte écologique moyenne est un peu moins élevée que ce à quoi chaque être humain a droit pour permettre à la Terre de se régénérer sur le long terme (Daly 2017; Global Footprint Network 2020). Autrement dit, environ 3 à 4 fois moins qu’un·e Belge.

Ainsi, s’il était possible de mettre en place ce même mode de vie collectif au niveau de la société toute entière, il serait alors possible de redescendre sous les limites planétaires. Il est par ailleurs important de mentionner qu’il reste de nombreux freins à une réduction plus conséquente de l’impact environnemental de ces communautés (Vita et al. 2020), ces obstacles pourraient être levés par une adoption à plus grande échelle de la simplicité. Par exemple, si les membres d’une éco-communauté doivent se rendre au travail et qu’il n’existe pas de transports en commun disponibles, il est nécessaire d’utiliser une voiture. Autre exemple, les éco-communautés ne sont pas capables de développer de nouvelles technologies qui pourraient aider à la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation de l’environnement.

D’autres arguments vont dans le sens d’une forte baisse d’impact environnemental suite à l’adoption de la simplicité au niveau sociétal. Tout d’abord, une étude scientifique récente a montré qu’il serait possible, d’ici 2050, de vivre avec suffisamment de matériel pour avoir une vie décente tout en consommant entre 10 et 20 fois moins d’énergie qu’actuellement au sein des pays du Nord. Au niveau mondial, elle prédit de pouvoir fournir en 2050 de quoi permettre une vie décente à toutes et tous – ce qui est loin d’être le cas actuellement – avec une consommation d’énergie 60% inférieure à celle d’aujourd’hui, tout en considérant que la population mondiale aurait atteint les 10 milliards d’habitanc·e·s (Millward-Hopkins et al. 2020). Cette étude évalue une société hypothétique où les individus n’achèteraient que ce qui est nécessaire, et correspond donc assez bien à une société de la simplicité.

D’autre part, des modèles économiques suggèrent que l’adoption de politiques de réduction de la consommation couplées à une forte hausse de la redistribution des richesses et à une baisse du temps de travail – menant donc à une société proche de la simplicité – serait le chemin optimal de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour les pays du Nord. Ce serait même le seul chemin

envisagé permettant d'atteindre les objectifs fixés de réduction d'émission de gaz à effet de serre d'ici 2050 (D'Alessandro et al. 2020; Jackson et Victor 2020).

Par conséquent, de nombreux résultats semblent montrer que l'adoption d'une « société de la simplicité » a le potentiel de procurer des bénéfices environnementaux substantiels, et est peut-être la meilleure stratégie disponible pour redescendre sous les limites planétaires.

Bonheur dans une société de la simplicité

Une société vivant en accord avec les principes de la simplicité serait bien différente de celle d'aujourd'hui. Il est donc difficile d'évaluer quel y serait le niveau de bonheur, et les résultats positifs évoqués au chapitre précédent ne tiennent plus, puisque la simplicité n'y serait plus volontaire mais incitée ou partiellement imposée.

Pour avoir une idée du bonheur dans une telle société, on peut de nouveau se baser sur les éco-communautés, puisque celles-ci ont adopté au niveau collectif un mode de vie proche de la simplicité. Elles ne forment pas une société de la simplicité, mais elles en sont la plus proche représentation existante.

Les études scientifiques attestent que le niveau de bonheur est très haut au sein des éco-communautés à travers le monde (Grinde et al. 2018; Vita et al. 2020). Leurs membres ont entre autres un niveau très élevé de relations sociales et ont le sentiment de donner du sens à leur vie (Grinde et al. 2018), deux éléments très importants pour le bonheur (Helliwell et al. 2019). La plupart des membres considèrent que leur vie s'est largement améliorée depuis qu'ils/elles ont rejoint la communauté, et seulement 25 parmi les 943 personnes interrogées ont l'impression que leur bonheur s'est dégradé – cf. Figure 36.

Impact sur le bonheur après avoir rejoint une éco-communauté

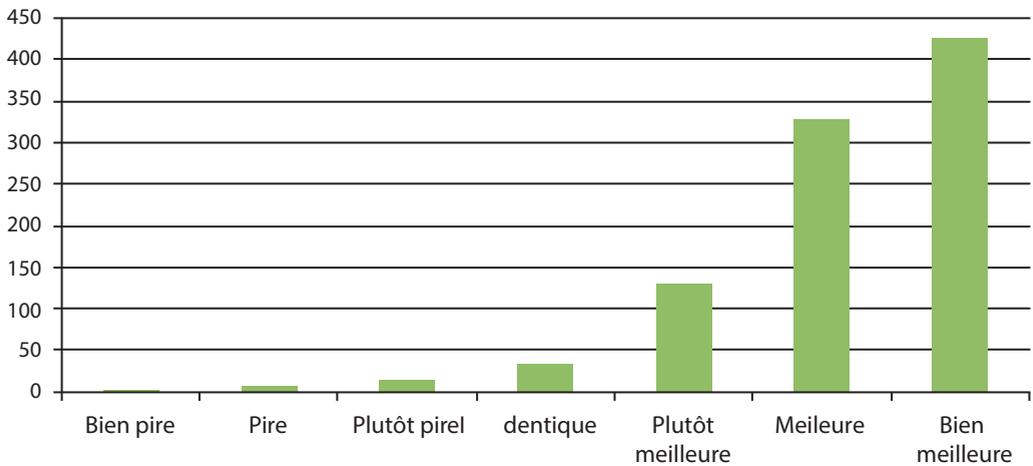


Figure 36. Perception du changement de bonheur après avoir rejoint une éco-communauté parmi 943 personnes interrogées. Source : Grinde et al. (2018).

Le niveau de bonheur moyen au sein de ces éco-communautés (Grinde et al. 2018) est similaire à celui des peuples Maasäi (Pavot et Diener 2008) qui, comme nous l'avons vu au Chapitre 3 (cf. Tableau 2, page 28), ont un bonheur plus élevé que celui de tous les pays du monde. En somme, si un tel niveau de bonheur était également observé dans un pays ayant adopté la simplicité, il serait le pays le plus heureux au monde.

Il existe des biais à ce type de recherche, notamment parce que les personnes qui n'ont pas supporté le style de vie éco-communautaire n'y sont pas restées – ainsi, seuls les individus satisfaits ont été interrogés – et que les membres de telles communautés ont un socle de valeurs qui n'est pas représentatif de la population dans son ensemble – on peut imaginer que peu d'individus avec des valeurs très consuméristes sont membres de telles communautés. Par ailleurs, une communauté, même de plusieurs centaines de personnes, n'est pas équivalente à une société composée de plusieurs millions d'individus (Xue 2014), et il est difficile de savoir si un bonheur similaire y régnerait.

Par conséquent, bien que les recherches concernant les éco-communautés soient des indications intéressantes, elles ne permettent pas de conclure qu'il est possible d'atteindre un haut niveau de bonheur au sein d'une société de la simplicité. Loin de donner des réponses toutes faites à ce sujet complexe, la fin de ce chapitre fournit quelques éléments de réflexion.

1. Les efforts demandés à chacun et chacune pour vivre une vie simple au sein d'une société de la simplicité seraient importants. S'ils le sont trop, ils provoqueraient une baisse du niveau de bonheur, principalement pour les individus ayant des valeurs peu en accord avec ce style de vie (Brülde 2015). Sur le long terme, les individus initialement les plus matérialistes et consuméristes pourraient parvenir à partiellement changer leurs valeurs – cf. Chapitre 4 à ce sujet – pour que celles-ci correspondent davantage à la nouvelle société. Le bonheur de ces derniers pourrait alors augmenter, mais rien ne permet de l'affirmer, et encore moins que cette hausse ultérieure compenserait la baisse de départ.
2. Même si l'adoption d'une société de la simplicité provoquait initialement une diminution du bonheur dû aux efforts conséquents à effectuer, le bonheur des individus pourrait revenir au niveau de départ après quelques années (Brülde 2015). En effet, les humains ont tendance à s'adapter aux événements positifs comme négatifs. C'est le phénomène de l'adaptation hédonique, expliqué au Chapitre 3, page 35.
3. Les efforts à réaliser pour atteindre une société de la simplicité seront d'autant mieux acceptés par la population qu'ils seront demandés à toutes et tous. De cette manière, personne n'a le sentiment de faire plus que les autres, ce qui évite les jalousies et injustices (Brülde 2015). Au contraire, à l'heure actuelle, beaucoup ont le sentiment de ne pas être suivis par le reste de la population dans leurs actions pour réduire leur impact environnemental, ce qui diminue leur motivation et provoque des rancœurs.
4. Si le mode de vie simple est, comme l'affirment certaines études précitées, la manière la plus efficace de réduire l'empreinte écologique de nos sociétés, alors il permettrait d'éviter de nombreuses souffrances découlant de catastrophes écologiques (Sekulova et al. 2017). Par conséquent, même si elle menait à une baisse de bonheur au départ, une société de la simplicité serait le remède contre une moins bonne vie à l'avenir, et une garantie pour les prochaines générations.
5. La simplicité adoptée au niveau sociétal provoquerait des restrictions de liberté. Certaines actions ne seraient plus autorisées, ou en tout cas limitées et régulées. La liberté faisant partie des éléments augmentant le bonheur (Veenhoven 2012), ces restrictions pourraient être néfastes. Un juste milieu doit être atteint entre liberté et baisse de l'impact environnemental. Il ne faudrait pas tomber dans une « dictature verte », une « dictature sur les besoins » (Heller et al. 1983) ou une « tyrannie bienveillante » (Jonas 1990), où toutes les règles et comportements seraient décidés d'en haut et de manière autoritaire. Dans le but de trouver un compromis, le sociologue suisse Ramzig Keucheyan (2019a) propose de mettre en place des assemblées de citoyens·ne·s qui décident des

objets et services indispensables à leur quartier, à leur région et à la société en général, ainsi que de ceux dont on pourrait se passer étant donné leur forte empreinte sur l'environnement. « La transition écologique sera d'autant plus efficace qu'elle sera démocratique » (Keucheyan 2019b).

6. Cette étude a mis en évidence le fait qu'il est possible de vivre une vie belle, heureuse, épanouie, tout en ayant un niveau de consommation et de possession beaucoup plus faible. L'éminent anthropologue américain Marshall Sahlins (1972) parlait de « sociétés de l'abondance » en se référant aux peuples chasseurs-cueilleurs qu'il a étudiés, car ceux-ci ne ressentait pas de manque particulier dû à leur situation. Leurs attentes étaient simplement moins élevées qu'au sein des sociétés occidentales. Encore aujourd'hui, il semble que les sociétés vivant à l'écart du consumérisme ne retirent aucun bonheur d'une augmentation de la consommation (Masferrer-Dodas et al. 2012). Par conséquent, tant qu'une société basée sur la simplicité parviendra à satisfaire les besoins matériels de base, d'autres caractéristiques que la richesse et la consommation sont à maximiser. Parmi ces éléments, les relations sociales, la santé, la liberté, l'égalité, la quête de sens, l'absence de corruption ou encore la justice. Les études les plus récentes semblent montrer que les relations sociales représentent sans doute l'élément le plus important pour un bonheur élevé (Helliwell et al. 2019) et, comme déjà évoqué, la simplicité semble plutôt y contribuer. De ce point de vue, il est fortement envisageable qu'une société de la simplicité fournisse un haut niveau de bonheur.

Conclusion

La simplicité volontaire permet de réduire de manière conséquente l'impact environnemental des individus. Elle a donc bien des avantages environnementaux, comme ses défenseurs/euses le clament. Cependant, elle est loin de permettre à ses adeptes de revenir sous les limites planétaires. En réalité, des changements collectifs et systémiques sont absolument nécessaires pour y parvenir.

Par ailleurs, si une « société de la simplicité » était adoptée, dans laquelle le mode de vie simple est incité ou partiellement imposé au niveau collectif, elle aurait le potentiel de permettre à nos sociétés de diminuer suffisamment leurs dégradations environnementales pour se situer sous les limites planétaires. La société de la simplicité pourrait même être la manière la plus efficace d'y parvenir. La question est : une telle société amènerait-elle un haut niveau de bonheur ? La dernière partie de ce chapitre a exploré ce sujet. Loin de fournir des réponses définitives, elle lance des pistes de réflexion.

ÉPILOGUE

Pour terminer cette étude, mentionnons une histoire cocasse qu'aimait raconter l'éminent anthropologue Marshall Sahlins⁵. Elle relate la rencontre imaginaire entre un missionnaire et un Samoan à l'époque de la colonisation en Polynésie⁶ :

Le missionnaire : Regarde-toi ! Tu gâches ta vie à rester couché comme ça !

Le Samoan : Pourquoi ? Je devrais faire quoi ?

Le missionnaire : Écoute ! Il y a des tas de cocotiers autour de toi. Pourquoi ne pas faire sécher un peu de coprah et le vendre ?

Le Samoan : Et pourquoi je ferais ça ?

Le missionnaire : Tu gagneras beaucoup d'argent. Et avec cet argent, tu pourras t'acheter une machine à sécher plus vite le coprah et en gagner encore plus.

Le Samoan : OK. Et pourquoi je ferais ça ?

Le missionnaire : Mais tu deviendras riche ! Tu pourras acheter des terres, planter plus d'arbres, développer ton affaire ! À ce stade, tu n'auras même plus besoin de faire le travail physique. Tu pourras embaucher des gens qui le feront pour toi.

Le Samoan : OK. Et pourquoi je ferais ça ?

Le missionnaire : Eh bien, finalement, avec tout ce coprah, toutes ces terres, toutes ces machines, tous ces employés, tout cet argent, tu seras vraiment très riche quand tu prendras ta retraite. Et alors tu n'auras plus du tout besoin de travailler. Tu pourras rester couché sur la plage toute la journée.

Gageons que le « monde d'après Covid-19 » s'inspire quelque peu de la sagesse de ce Samoan.

5 L'histoire est racontée dans Graeber (2013, pp. 486-487).

6 Les missionnaires anglais sont les premiers à avoir eu un contact pacifique avec les habitant·e·s des Samoa dans les années 1830. C'est pour cette raison que cette histoire fait référence à un missionnaire. Par ailleurs, bien que cette anecdote soit imaginaire, elle est tout à fait plausible étant donné la réalité historique connue.

BIBLIOGRAPHIE

- Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). 2017. Repas [En ligne]. Disponible à : www.bilans-ges.ademe.fr/documentation/UPLOAD_DOC_FR/index.htm?repas.htm [Consulté le : 3 octobre 2019].
- Alcock, I. et al. 2017. 'Green' on the ground but not in the air: Pro-environmental attitudes are related to household behaviours but not discretionary air travel. *Global Environmental Change* 42, pp. 136-147.
- Alexander, S. 2015. *Prosperous Descent: Crisis as opportunity in an age of limits*. Melbourne : Simplicity Institute Publishing.
- Alexander, S. et McLeod, A. 2014. Preface by the Editors. Dans : Alexander, S. et McLeod, A. Eds. *Simple Living in History: Pioneers of the Deep Future*. Melbourne : Simplicity Institute Publishing, pp. 9-13.
- Alexandrova, A. 2012. Values and the Science of Well-Being : A Recipe for Mixing. Dans : Kincaid, H. Ed. *The Oxford Handbook of Philosophy of Social Science*. Londres : Oxford University Press.
- Altinok, N. et al. 2018. Global data set on education quality (1965-2015). World Bank Policy Research Working Paper No. 8314. Washington.
- Andersson, D. et al. 2014. Greenhouse gas emissions and subjective well-being: An analysis of Swedish households. *Ecological Economics* 102, pp. 75-82.
- Apple. 2019. La fiche environnementale de votre appareil [En ligne]. Disponible à : www.apple.com/fr/environment/reports/ [Consulté le : 3 octobre 2019].
- Argyle, M. 2001. *The Psychology of Happiness*. 2e édition. Londres : Routledge.
- Axelrod, R. 1984. *The evolution of cooperation*. New York : Basic Books.
- Baudrillard, J. 1970. *La Société de consommation*. Paris : Gallimard.
- Bauer, J. Warum ich fühle was du fühlst – Intuitive Kommunikation und das Geheimnis der Spiegelneurone. Hamburg : Hoffmann und Campe.
- Bauman, Z. 1998. *Work, consumerism and the new poor*. Maidenhead : Open University Press.
- Beavan, C. 2009. *No Impact Man*. New York : Farrar.
- Becchetti, L. et al. 2008. Relational Goods, Sociability, and Happiness. *International Review for Social Sciences* 61(3), pp. 343-363.
- Becchetti, L. et al. 2013. Beyond the Joneses: Inter-country income comparisons and happiness. *The Journal of Socio-Economics* 45, pp. 187-195.
- Belk, R. et al. 2003. The fire of desire – a multi-sited inquiry into consumer passion. *Journal of Consumer Research* 30, pp. 325-51.
- Biswas-Diener, R. 2008. Material wealth and subjective well-being. Dans : Eid, M. et Larsen, R. Eds. *The Science of Subjective Well-Being*. New-York : Guilford, pp. 307-322.

- Bleys, B. et al. 2018. The Environmental Impact of Individual Behavior: Self-Assessment Versus the Ecological Footprint. *Environment and Behavior* 50(2), pp. 187-212
- Boyce, C. et al. 2013. Money, well-being and loss aversion: Does an income loss have a greater effect on well-being than an equivalent income gain? *Psychological Science* 24, pp. 2557-2562.
- Brickman, P. et al. 1978. Lottery winners and accident victims : Is happiness relative? *Journal of Personality and Social Psychology* 36(8), pp. 917-927.
- Brown, K. et Kasser, T. 2005. Are psychological and ecological well-being compatible? The role of values, mindfulness, and lifestyle. *Social Indicators Research* 74, pp. 349-368.
- Brülde, B. 2007. Happiness and the good life: Introduction and conceptual framework. *Journal of Happiness Studies* 8, pp. 1-14.
- Brülde, B. 2015. Well-being and environmental responsibility. Dans : Sisse, K. and Mueller, M. eds. *Sustainable consumption and the good life: Interdisciplinary perspectives*. Oxon et New York: Routledge, pp. 80-99.
- Brülde, B. et Fors, F. 2013. Är lyckan grön? *Ekonomisk debatt* 41, pp. 1-9.
- Bourdieu, P. 1979. *La Distinction : Critique sociale du jugement*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Bourg, D. 2015. Dans : Datagueule. 2 degrés avant la fin du monde. Disponible à : www.youtube.com/watch?v=Hs-M1vgl_4A [Consulté le : 29 juillet 2020].
- Burke, R. et al. 2009. Time affluence, material affluence and well-being among Turkish managers. *Cross Cultural Management* 16, pp. 386-397.
- Carbone 4. 2019. Faire sa part? Pouvoir et responsabilités des individus, des entreprises et de l'État face à l'urgence climatique [En ligne]. Disponible à : www.carbone4.com/wp-content/uploads/2019/06/Publication-Carbone-4-Faire-sa-part-pouvoir-responsabilite-climat.pdf [Consulté le : 15 novembre 2020].
- Carrero, I. et al. 2020. Do All Dimensions of Sustainable Consumption Lead to Psychological Well-Being? Empirical Evidence from Young Consumers. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 33, pp. 145-170.
- Cattaneo, C. 2014. Eco-communities. Dans : D'Alisa, G. et al. Eds. 2014. *Degrowth : a vocabulary for a new era*. Routledge, pp. 165-168.
- Chhetri, P. et al. 2009. Why bother to 'downshift'? The characteristics and satisfaction of downshifters in the Brisbane-South East Queensland region, Australia. *Journal of Population Research* 26, pp. 51-72.
- Cianci, R. et Gambrel, P. 2003. Maslow's hierarchy of needs: Does it apply in a collectivist culture. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship* 8(2), pp. 143-161.
- Chancellor, J. and Lyubomirsky, S. 2011. Happiness and thrift: When (spending) less is (hedonically) more. *Journal of Consumer Psychology* 21(2), pp. 131-138.
- Clark, A. et al. 2018. *The Origins of Happiness: The Science of Well-Being over the Life Course*. Oxford : Princeton University Press.
- Convention Citoyenne pour le Climat. 2019. Socle d'information initial à destination des membres de la Convention. Paris.

- Csutora, M. 2012. One more awareness gap? The behaviour-impact gap problem. *Journal of Consumer Policy* 35, pp. 145-163.
- D'Alessandro, S. et al. 2020. Feasible alternatives to green growth. *Nature Sustainability* 3, pp. 329-335.
- Daly, M. 2017. Quantifying the environmental impact of ecovillages and co-housing communities: a systematic literature review. *Local Environment* 22(8), pp. 1-20.
- Dell. 2019. Select Product Carbon Footprint Assessments [En ligne]. Disponible à : www.dell.com/learn/us/en/uscorp1/corp-comm/environment_carbon_footprint_products?c=us&l=en&s=corp&cs=uscorp1 [Consulté le : 3 octobre 2019].
- DeLeire, T. et Kalil, A. 2010. Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *International Review of Economics* 57, pp. 163-176.
- Diener, E. et al. 1999. Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. *Psychological Bulletin* 125(2), pp. 276-302.
- Diener, E. and Seligman, M. 2009. Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. Dans : Diener, E. (ed). *The Science of Well-Being: The Collected Works of Ed Diener*. Springer, pp. 201-267.
- Diener, E. et al. 2013. Rising income and the subjective well-being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology* 104(2), pp. 267-276.
- Dominguez, J. et Robin, V. 2018 (Édition révisée). *Your money or your life: Transforming your relationship with money and achieving financial independence*. Londres : Penguin Publishing Group.
- Dunn, E. et al. 2008. Spending money on others promotes happiness. *Science* 319, pp. 1687-1688.
- Earth Overshoot Day. 2019. The carbon Footprint makes up 60% of humanity's Ecological Footprint [En ligne]. Disponible à : www.overshootday.org/solutions/energy/ [Consulté le : 23 septembre 2019].
- Easterlin, R. et al. 2010. The happiness–income paradox revisited. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 107(52), pp. 22463-22468.
- Écoconso. 2019a. Climat : Arrête d'en faire des tonnes ! [En ligne]. Disponible à : www.ecoconso.be/climat?fbclid=IwAR0pKe9YqRmsUZPhMkQGx3O7TkskMn7yy-CHv5zr4j1hl3TAANIqQGK5f9U [Consulté le : 3 octobre 2019].
- Ehrenberg, A. 2010. *The Weariness of the Self: Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age*. Montréal : McGill-Queen's University Press.
- Elgin, D. 1981. *Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life that is Outwardly Simple, Inwardly Rich*. New York : Quill William Morrow.
- Escobar, A. 2018. Farewell to Development [En ligne]. Disponible à : www.resilience.org/stories/2018-02-23/farewell-to-development/ [Consulté le : 30 juillet 2020].
- Eurostat. 2020a. Greenhouse gas emissions per capita [En ligne]. Disponible à : https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/t2020_rd300/default/table?lang=en [Consulté le : 23 juin 2020].

- Eurostat. 2020b. Greenhouse gas emission statistics - carbon footprints [En ligne]. Disponible à : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Greenhouse_gas_emission_statistics_-_carbon_footprints [Consulté le : 23 juin 2020].
- Evans, D. 2011. Thrifty, green or frugal: Reflections on sustainable consumption in a changing economic climate. *Geoforum* 42, pp. 550-557.
- Fanning, A. 2016. Policy options for sustainable and equitable coastal economies: A comparative case study. Thèse de doctorat. Université de Cadix.
- Fanning, A. and O'Neill, D. 2019. The Wellbeing–Consumption paradox: Happiness, health, income, and carbon emissions in growing versus non-growing economies. *Journal of Cleaner Production* 212, pp. 810-821.
- Fiolet, T. et al. 2018. Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort. *The BMJ* 360, k322.
- Fors, F. et Brülde, B. 2011. Välbefinnande och livstillfredsställelse i dagens Sverige. Dans : Holmberg, S. et al. Eds. *Lycksalighetens ö*. Göteborgs universitet: SOM-institutet, pp. 349-364.
- Frey, B. 2008. *Happiness. A Revolution in Economics*. Cambridge : MIT Press.
- Fuchs, T. 2017. *Ecology of the Brain: The phenomenology and biology of the embodied mind*. Oxford : Oxford University Press.
- Furchheim, P. et al. 2020. Being green in a materialistic world: Consequences for subjective wellbeing. *Psychology & Marketing* 37(1), pp. 114-130.
- Galbraith, J.K. 1958. *The Affluent Society*. New York : New American Library.
- Gershuny, J. 2003. *Changing Times: Work and Leisure in Postindustrial Society*. Oxford University Press.
- Gilovich, T. et al. 2014. A wonderful life: experiential consumption and the pursuit of happiness. *Journal of Consumer Psychology* 25(1), pp. 152-165.
- Global Footprint Network. 2020. Country Trends [En ligne]. Disponible à : <https://data.footprintnetwork.org/#/countryTrends?type=earth&cn=255> [Consulté le : 28 septembre 2020].
- Gorz, A. 1993. Political ecology: expertocracy versus self-limitation. *New Left Review* 120, pp. 55-66.
- Graeber, D. 2013. *Dettes : 5000 ans d'histoire*. Paris : Les Liens qui Libèrent.
- Gregg, R. 1936. *The Value of Voluntary Simplicity*. Wallingford : Pendle Hill Pamphlet #3.
- Grinde, B. et al. 2018. Quality of Life in Intentional Communities. *Social Indicators Research* 137, pp. 625-640.
- Guillen-Royo, M. 2019. Sustainable consumption and wellbeing: Does on-line shopping matter? *Journal of Cleaner Production* 229, pp. 1112-1124.
- Hall, R. 2015. The ecovillage experience as an evidence base for national wellbeing strategies. *Intellectual Economics* 9(1), pp. 30-42.

- Hamilton, C. 2003. Growth fetish. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Heller, A. et al. 1983. Dictatorship Over Needs. Palgrave Macmillan.
- Hellevik, O. 2015. Is the good life sustainable? A three-decade study of values, happiness and sustainability in Norway. Dans: Syse, K. et Mueller, M. eds. Sustainable consumption and the good life: Interdisciplinary perspectives. Oxon et New York: Routledge, pp. 80-99.
- Helliwell, J. et al. 2020. Changing World Happiness. Dans: Helliwell, J. et al. Eds. World Happiness Report 2019. New York: Sustainable Development Solutions Network, pp. 10-45.
- Hirsch, F. 1995. Social limits to growth. 1977. Édition revue. Londres: Routledge.
- Hofstede, G. 1984. The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management Review* 9(3), pp. 389-398.
- Holmberg, J. et al. 2011. Klimatomställningen och det goda livet. Rapport 6458. Stockholm: Naturvårdsverket.
- Hope, M. et al. 2014. Self-growth in the college years: Increased importance of intrinsic values predicts resolution of identity and intimacy stages. *Social Psychological and Personality Science* 4, pp. 705-712.
- Howarth, R. 1996. Status effects and environmental externalities. *Ecological Economics* 16(1), pp. 25-34.
- Hüttel, A. et al. 2020. Welfare Beyond Consumption: The Benefits of Having Less. *Ecological Economics* 176, 106719.
- Inglehart R., et al. 2008. Development, Freedom and Rising Happiness: A Global Perspective 1981-2006. *Perspectives on Psychological Science* 3(4), pp. 264-85.
- Iyer, R. et Muncy, J. 2016. Attitude toward consumption and subjective well-being. *The Journal of Consumer Affairs* 50(1), pp. 48-67.
- Jackson, T. 2005. Live Better by Consuming Less?: Is There a “Double Dividend” in Sustainable Consumption? *Journal of Industrial Ecology* 9, pp. 19-36.
- Jackson, T. 2009. Prosperity without growth: Economics for a finite planet. Earthscan: London.
- Jackson, T. 2016. Prosperity without Growth: Foundations for the Economy of Tomorrow. 2nd ed. Routledge.
- Jackson, T. et Pepper, M. 2011. Consumerism as Theodicy: Religious and Secular Meaning Functions in Modern Society. Dans: Thomas, L. eds. Religion, Consumerism and Sustainability: Paradise Lost? Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 17-36.
- Jackson, T. et Victor, P. 2020. The Transition to a Sustainable Prosperity-A Stock-Flow-Consistent Ecological Macroeconomic Model for Canada. *Ecological Economics* 177, 106787.
- Jonas, H. 1990. Le principe responsabilité. Paris: Le Cerf.
- Kahneman, D. et Tversky, A. 1979. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica* 47(4), pp. 263-291.
- Kahneman, D. et Deaton, A. 2010. High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *PNAS* 107(38), pp. 16489-16493.

- Kallis, G. et al. 2013. "Friday off": Reducing Working Hours in Europe. *Sustainability* 5(4), pp. 1545-1567.
- Kamiya, G. 2020. The carbon footprint of streaming video: fact-checking the headlines [En ligne]. Agence internationale de l'énergie. Disponible à : www.iea.org/commentaries/the-carbon-footprint-of-streaming-video-fact-checking-the-headlines [Consulté le : 22 juin 2020].
- Kasser, T et Sheldon, K. 2009. Time affluence as a path toward personal happiness and ethical business practice: empirical evidence from four studies. *Journal of Business Ethics* 84, pp. 243-255.
- Kasser, T. et al. 2014. Changes in materialism, changes in psychological well-being: evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motivation and Emotion* 38, pp. 1-22.
- Kasser, T. 2016. Materialistic Values and Goals. *Annual Review of Psychology* 67(9), pp. 489-514.
- Kasser, T. 2017. Living both well and sustainably: a review of the literature, with some reflections on future research, interventions and policy. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering* 375(2095), 20160369.
- Keucheyan, R. 2019a. Les besoins artificiels : Comment sortir du consumérisme. Paris : La Découverte.
- Keucheyan, R. 2019b. Dans : Blin, S. et Lissilour, X. Razmig Keucheyan : «Nous avons atteint le stade suprême du consumérisme» [En ligne]. Libération. Disponible à : www.liberation.fr/debats/2019/09/27/razmig-keucheyan-nous-avons-atteint-le-stade-supreme-du-consumerisme_1754067 [Consulté le : 1 octobre 2020].
- Khan, S. 2017. Anti-Consumption And Materialism In Consumer Behaviour: A Value Orientation Perspective. Thèse de doctorat. Université de Cardiff.
- Knight, K. et al. 2013. Could working less reduce pressures on the environment? A cross-national panel analysis of OECD countries, 1970–2007. *Global Environmental Change* 23(4), pp. 691-700.
- Lamb, W. et Steinberger, J. 2017. Human well-being and climate change mitigation. *WIREs Climate Change* e485.
- Latouche, S. 2011. Vers une société d'abondance frugale : Contresens et controverses sur la décroissance. Paris : Mille et une Nuits.
- Leibenstein, H. 1950. Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. *The Quarterly Journal of Economics* 64(2), pp. 183-207.
- Lelieveld, J. et al. 2019. Cardiovascular disease burden from ambient air pollution in Europe reassessed using novel hazard ratio functions. *European Heart Journal* 40(20), pp. 1590-1596.
- Le Monde. 2019. Corrélation et causalité : peut-on décrocher un prix Nobel en mangeant du chocolat ? [En ligne]. Disponible à : www.lemonde.fr/sciences/video/2019/09/12/correlation-et-causalite-peut-on-decrocher-un-prix-nobel-en-mangeant-du-chocolat_5509656_1650684.html [Consulté le : 3 novembre 2020].

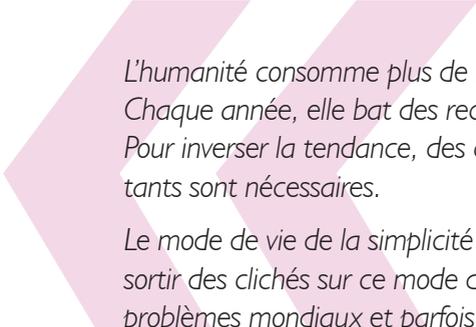
- Le Nouveau Magazine Littéraire. 2020. Hartmut Rosa : «Là où tout est disponible, le monde n'a plus rien à nous dire». Disponible à : www.nouveau-magazine-litteraire.com/harmut-rosa-la-ou-tout-est-disponible-le-monde-n-a-plus-rien-a-nous-dire [Consulté le : 11 août 2020].
- Li, Z. et al. 2014. To what extent does air pollution affect happiness? The case of the Jinchuan mining area, China. *Ecological Economics* 99, pp. 88-99.
- Lockyer, J. 2017. Community, commons, and degrowth at Dancing Rabbit Ecovillage. *Journal of Political Ecology* 24(1), 519-542.
- Lolle, H. et Andersen, J. 2016. Measuring Happiness and Overall Life Satisfaction: A Danish Survey Experiment on the Impact of Language and Translation Problems. *Journal of Happiness Studies* 17, pp. 1337-1350.
- Luhmann, M. et Intelisano, S. 2018. Hedonic adaptation and the set point for subjective well-being. Dans : Diener, E. et al. Eds. *Handbook of well-being*. Salt Lake City, UT : DEF Publishers.
- Luhmann, N. 1990. *Political Theory in the Welfare State*. Berlin : Walter de Gruyter.
- Lutter, M. 2007. Book Review: Winning a Lottery Brings no Happiness! *Journal of Happiness Studies* 8, pp. 155-160.
- McGlade, J. 2020. Ending Our Consumer Addiction [En ligne]. Grensham College. Disponible à : www.youtube.com/watch?v=xLtLQJlKcW&feature=emb_title [Consulté le : 23 novembre 2020].
- Masferrer-Dodas, E. et al. 2012. Consumption of market goods and wellbeing in small-scale societies: An empirical test among the Tsimane' in the Bolivian Amazon. *Ecological Economics* 84, pp. 213-220.
- Maslow, A. 1954. *Motivation and personality*. New York : Harper & Row.
- Massuni, B. 2002. *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham : Duke University Press.
- Max-Neef, M. 1991. *Human-scale development - Conception, application and further reflection*. Londres : Apex Press.
- Messerli, F. 2012. Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates. *New England Journal of Medicine* 367(16), pp. 1562-1564.
- Millward-Hopkins, J. et al. 2020. Providing decent living with minimum energy: A global scenario. *Global Environmental Change* 65, 102168.
- Moser, S. et Kleinhüchelkotten, S. 2018. Good intents, but low impacts: diverging importance of motivational and socioeconomic determinants explaining pro-environmental behavior, energy use, and carbon footprint. *Environment and Behavior* 50(6), pp. 1-31.
- Mujcic, R. et Oswald, A. 2016. Evolution of Well-Being and Happiness After Increases in Consumption of Fruit and Vegetables. *American Journal of Public Health* 106(8), pp. 1504-1510.
- Nässén, J. et Larsson, J. 2015. Would shorter working time reduce greenhouse gas emis-

- sions? An analysis of time use and consumption in Swedish households. *Environmental Planning C: Politics and Space* 33(4), pp. 726-745.
- Oakes, W., 2000. Why Freegan? [En ligne]. Disponible à : <https://freegan.info/what-is-a-freegan/freegan-philosophy/why-freegan-an-attack-on-consumption-in-defense-of-donuts/> [Consulté le : 1 septembre 2020].
 - Ortiz-Ospina, E. et Roser, M. 2017. Happiness and Life Satisfaction [En ligne]. Disponible à : <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction> [Consulté le : 30 juillet 2020].
 - Oxfam. 2015. Inégalités extrêmes et émissions de CO2 [En ligne]. Disponible à : <https://oxfamsol.be/fr/inegalites-extremes-et-emissions-de-co2> [Consulté le : 29 septembre 2020].
 - Parker, N. et al. 2020. Goals for Good: Testing an Intervention to Reduce Materialism in Three European Countries. *European Journal of Applied Positive Psychology* 4(9), pp. 1-13.
 - Pavot, W. et Diener, E. 2008. The Satisfaction With Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology* 3(2), pp. 137-152.
 - Plomteux, A. 2019. Enjeux environnementaux : un système à déconstruire, une alternative à concevoir. Bruxelles. Disponible à : <https://ligue-enseignement.be/rapport/etude-2020-enjeux-environnementaux-un-systeme-a-deconstruire-une-alternative-a-concevoir/> [Consulté le : 29 septembre 2020].
 - Rabhi, P. 2010. Vers la sobriété heureuse. Paris : Actes Sud.
 - Rabhi, P. 2017. Dans : Arguillère, L. Pierre Rabhi en 8 citations : pour un retour à l'essentiel (VIDÉO) [En ligne]. Disponible à : <https://positivr.fr/citations-pierre-rabhi-sobriete-heureuse/> [Consulté le : 1 septembre 2020].
 - Ravijen. 2018. L'empreinte carbone des français, un sujet tabou ? [En ligne]. Disponible à : <http://ravijen.fr/?p=440> [Consulté le : 29 septembre 2020].
 - Rawls, J. 1971. *A Theory of Justice*. Cambridge, Massachusetts: Belknap Press of Harvard University Press.
 - Rich, S. et al. 2017. Simply Satisfied: The Role of Psychological Need Satisfaction in the Life Satisfaction of Voluntary Simplifiers. *Journal of Happiness Studies* 18, pp. 89-105.
 - Richi, E. et al. 2015. Health Risks Associated with Meat Consumption: A Review of Epidemiological Studies. *International Journal of Vitamin and Nutrition Research* 85(1-2), pp. 70-78.
 - Ridley, M. 1994. *The Red Queen – Sex and the evolution of human nature*. Harmondsworth : Penguin Books.
 - Ritchie, H. et Roser, M. 2020. Emission drivers [En ligne]. Disponible à : <https://ourworldindata.org/emissions-drivers> [Consulté le : 29 septembre 2020].
 - Robinson, J. et Godbey, G. 2008. *Time for Life: The Surprising Ways Americans Use Their Time*. 2e édition. Penn State University Press.
 - Rosa, H. 2017. Dans : Keller, T. et Edin, V. «Aucun des grands enjeux de la planète ne sera sauvé par la technologie !» Usbek & Rica. Disponible à : <https://usbeketrica.com/article/aucun-des-grands-enjeux-de-la-planete-ne-sera-sauve-par-la-technologie> [Consulté le : 11 août 2020].

- Rosa, H. 2018a. Available, accessible, attainable: The mindset of growth and the resonance conception of the good life. Dans : Rosa, H. et Henning, C. Eds. *The Good Life Beyond Growth: New Perspectives*. London et New York : Routledge, pp. 39-55.
- Rosa, H. 2018b. *Résonance : une sociologie de la relation au monde*. Paris : La Découverte.
- Rosa, H. et Henning, C. 2018. Good life beyond growth: An introduction. Dans : Rosa, H. and Henning, C. Eds. *The Good Life Beyond Growth: New Perspectives*. London et New York : Routledge, pp. 1-14.
- Rosa, H. 2020. Dans : Murzeau, J. Hartmut Rosa : «Aujourd'hui, on est aliéné parce qu'on se sent à la fois libre et perdu». Usbek & Rica. Disponible à : <https://usbeketrica.com/article/on-est-aliene-parce-qu-on-se-sent-a-la-foi-libre-et-perdu> [Consulté le : 11 août 2020].
- Roser, M. et Ortiz-Ospina, E. 2016. Global Education [En ligne]. Disponible à : <https://ourworldindata.org/global-education> [Consulté le : 30 juillet 2020]
- Roser, M. et al. 2019. Life Expectancy [En ligne]. Disponible à : <https://ourworldindata.org/life-expectancy> [Consulté le : 31 juillet 2020].
- Roxburgh, S. 2004. "There Just Aren't Enough Hours in the Day": The Mental Health Consequences of Time Pressure. *Journal of Health and Social Behavior* 45(2), pp. 115-131.
- Ryan, R. et Deci, E. 2000. Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *The American Psychologist* 55(1), pp. 68-78.
- Ryan, R. et al. 2008. Living well: a self-determination theory perspective on eudaimonia. *Journal of Happiness Studies* 9, pp. 139-170.
- Sahlins, M. 1972. *Stone Age Economics*. Chicago : Aldine-Atherton.
- Scitovsky, T. 1976. *The joyless economy*. Oxford : Oxford University Press.
- Schalembier, B. et al. 2020. How the income of others affects the life satisfaction of materialists. *Journal of Economic Behavior & Organization* 174, pp. 64-74.
- Schmitt, M. 2018. Unpacking the Relationships Between Pro-environmental Behavior, Life Satisfaction, and Perceived Ecological Threat. *Ecological Economics* 143, pp. 130-140.
- Schwartz, S. 2006. Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie* 47, pp. 929-968.
- Schwartz, S. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture* 2(1).
- Segal, J. 1999. *Graceful simplicity: Toward a Philosophy and Politics of the Alternative American Dream*. Berkeley : University of California Press.
- Sekulova, F. et van den Bergh, J. 2013. Climate change, income and happiness: an empirical study for Barcelona. *Global Environmental Change* 23(6), pp. 1467-75.
- Sekulova, F. et al. 2017. Climate change, happiness and income from a degrowth perspective. Dans : Victor, P. et Brett, D. Eds. *Handbook on Growth and Sustainability*. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, pp. 160-180.
- Sherry, J. 2019. The impact of community sustainability: A life cycle assessment of three ecovillages. *Journal of Cleaner Production* 237, 117830.

- Shi, D. 2007 (Édition revue). *The simple life: Plain living and high thinking in American culture*. Athènes : University of Georgia Press.
- Shi, D. 2014. Foreword. Dans : Alexander, S. et McLeod, A. Eds. *Simple Living in History: Pioneers of the Deep Future*. Melbourne : Simplicity Institute Publishing, pp. 14-20.
- Skidelsky, R. et Skidelsky, E. 2012. *How much is enough? Money and the Good Life*. Allen Lane.
- Stockholm Environment Institute et Oxfam. 2020. *The carbon inequality era*. Disponible à : www.oxfamfrance.org/wp-content/uploads/2020/09/Research-Report-Carbon-Inequality-Era-Embargoed-21-Sept-2020.pdf [Consulté le : 5 novembre 2020].
- Stutzer, A. et Frey, B. 2008. Stress that doesn't pay: the commuting paradox. *The Scandinavian Journal of Economics* 10(2), pp. 339-366.
- Tay, L. et Diener, E. 2011. Needs and Subjective Well-Being Around the World. *Journal of Personality and Social Psychology* 101(2), pp. 354-365.
- Thin, N. 2012. *Social happiness: Theory into policy and practice*. Bristol: The Policy Press.
- Veblen, T. 1899. *The theory of the leisure class*.
- Veenhoven, R. 2004. *Sustainable consumption and Happiness*. Munich Personal RePEc Archive 11279.
- Veenhoven, R. 2012. Does Happiness Differ Across Cultures? In: Selin, H. and Davey, G. Eds. *Happiness Across Cultures: Views of Happiness and Quality of Life in Non-Western Cultures*. Springer: pp. 451-472.
- Verhofstadt, E. et al. 2016. Linking individuals' ecological footprint to their subjective well-being. *Ecological Economics* 127, pp. 80-89.
- Vita, G. et al. 2019. Connecting global emissions to fundamental human needs and their satisfaction. *Environmental Research Letters* 14, 014002.
- Vita, G. et al. 2020. Happier with less? Members of European environmental grassroots initiatives reconcile lower carbon footprints with higher life satisfaction and income increases. *Energy Research & Social Science* 60, 101329.
- Wajcman, J. 2014. *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago University Press.
- Weinberger, A. et al. 2018. Trends in Depression Prevalence in the USA from 2005 to 2015: Widening Disparities in Vulnerable Groups. *Psychological Medicine* 48(8), pp. 1308-15.
- White, M. et al. 2019 Spending at least 120 minutes a week in nature is associated with good health and wellbeing. *Scientific Reports* 9, 7730.
- Wilkinson, R. et Pickett, K. 2009. *The Spirit Level: Why More Equal Societies Almost Always Do Better*. Londres : Allen Lane.
- World Value Survey. 2020. 3,...2,...1...We are LIVE! WVS-7 New Data Release is available for downloading now! [En ligne]. Disponible à : <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSEventsShow.jsp?ID=413> [Consulté le : 10 septembre 2020].
- Wright, R. 1994. *The moral animal – Why we are the way we are: The new science of evolutionary psychology*. Londres : Abacus.

- Wynes, S. et Nicholas, K. 2017. The climate mitigation gap: education and government recommendations miss the most effective individual actions. *Environmental Research Letters* 12. Disponible à : <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/aa7541/meta> [Consulté le : 2 octobre 2019].
- Xue, J. 2014. Is eco-village/urban village the future of a degrowth society? An urban planner's perspective. *Ecological Economics* 105, pp. 130-138.
- Zuzanek, J. 1998. Time Use, Time Pressure, Personal Stress, Mental Health, and Life Satisfaction from a Life Cycle Perspective. *Journal of Occupational Science* 5(1), pp. 26-39



L'humanité consomme plus de ressources et d'énergie qu'elle ne devrait. Chaque année, elle bat des records de dégradation de l'environnement. Pour inverser la tendance, des changements de comportements importants sont nécessaires.

Le mode de vie de la simplicité volontaire est une des possibilités. Pour sortir des clichés sur ce mode de vie, parfois qualifié de solution à tous les problèmes mondiaux et parfois critiqué comme étant « bobo », « gauchiste » ou menant à un « retour à l'âge de pierre », cette étude cherche à définir si la simplicité volontaire peut mener à un faible impact environnemental tout en garantissant une vie heureuse, épanouie, bonne à toutes et à tous.

Au fil des pages, cette étude tentera de déterminer non seulement si la consommation mène au bonheur, mais elle visera aussi à comprendre ce qu'est une bonne vie, ce dont nous avons réellement besoin ou encore si les efforts individuels sont suffisants pour sauvegarder l'environnement.

Cette étude tentera d'apporter un éclairage scientifique sur ces questions, en se basant sur les théories et découvertes les plus récentes. À la fin de cette étude, nous espérons que la lectrice et le lecteur seront capables de décerner les avantages, les limites et les enjeux associés à la simplicité volontaire et, de manière plus générale, de déterminer les changements individuels et collectifs à effectuer pour permettre à toutes et à tous de vivre une bonne vie tout en donnant l'occasion aux générations futures et aux autres espèces de s'y épanouir sur le long terme.

Cette étude s'inscrit dans une volonté de la Ligue de l'Enseignement et de l'Éducation permanente de sensibiliser sur les enjeux environnementaux. Une autre étude sur ce thème, intitulée « Enjeux environnementaux : un système à déconstruire, une alternative à concevoir », a été réalisée en 2019. Le projet européen « Conscience Numérique Durable » entre également dans cette lignée.

