Association Osons parler argent

Café philo sur l'argent Séance du 18.09.2022

Thème du jour[1]

Où est la limite entre consommation sage et hyperconsommation ?

Sommaire

1. Qu'est-ce qu'un Café philo sur l'argent ?
2. Choix du thème à débattre
3. Compte rendu détaillé des échanges
4. Évaluation de la séance par les participants
5. Quelques compléments conceptuels

1. Qu'est-ce qu'un Café philo sur l'argent ?

L'argent occupe une place centrale dans notre vie individuelle et sociale. Mais il existe peu d'endroits où l'on puisse réfléchir ensemble aux questions qu'il suscite en nous et dans notre vie sociale.

Le but de notre café philo est de permettre à ses participants de parler d'argent dans la confiance et la sécurité, dans le registre des idées et de leur vécu, afin de :

- Mieux comprendre sa nature et son fonctionnement dans le monde social ;
- Le démystifier et l'apprivoiser ;
- Approfondir certaines questions sur lesquelles ils s'interrogent.

Philosopher, c'est explorer un sujet et s'étonner que les choses soient comme elles sont ; c'est faire un travail de pensée critique pour approcher la vérité ; c'est surtout s'exercer concrètement à mener une vie plus sage et plus heureuse.

Notre café philo sur l'argent est ouvert à tous. Pour y participer, pas besoin d'être un philosophe professionnel ni même un intellectuel : il suffit d'aimer partager nos réflexions et nos questions sur la vie et notamment sur *notre* vie en vue de mieux la vivre !

[1] Animation et compte rendu : Jean Beaujouan.

2. Choix du thème à débattre

Thèmes proposés par les participants :

- Conséquences des actions internationales de Poutine sur nos moyens financiers individuels ;
- Pourquoi l'argent est-il vecteur de violence, d'injustice et de mauvais goût ?
- Comment utiliser l'argent pour avoir un impact positif sur la vie des gens ?
- Comment dépensons-nous notre argent ?
- **Où est la limite entre consommation sage et hyperconsommation ?**
- Pourquoi sommes-nous économes ou dépensiers ?
- Les différences de rapport à l'argent des personnes en fonction de la culture de leur pays ?
- La place de l'argent dans la destruction de la planète ;
- L'argent peut-il unifier le genre humain ?
- Influence de la psychologie des personnes sur leur capacité à gagner plus ou moins d'argent.

3. Compte rendu détaillé des échanges entre les participants

3. 1. Commentaires de la personne qui a proposé le thème

- Depuis mon enfance[2], je suis témoin de l'augmentation continue de la consommation et du gâchis qu'elle crée. Je suis extrêmement sensible à la violence et aux dégâts qui résultent de l'hyperconsommation dans certaines parties du monde et je milite pour une consommation sage, c'est-à-dire raisonnable. En tant que conseil, je recommande à mes client.e.s d'y être très attentifs.ives. Mais c'est une question complexe. Les riches consomment beaucoup plus que les autres. En tant que consommateurs, nous devons réfléchir à ces questions. Les limites de chacun.e sont différentes : où sont-elles ?

3.2. Intervention des autres participants

- Notre tendance à hyper-consommer est influencée par notre pays d'origine et par les techniques de manipulation qui y sont utilisées pour nous pousser à consommer. Il est difficile de résister à cette manipulation.
- Le mot hyperconsommation me fait penser à celui d'*hyper-classe*. Celle-ci est constituée d'un nombre relativement restreint d'hyper-riches mondialisés déconnectés de leur enracinement national et vivant principalement de spéculation économique au plan international. Sur ce modèle d'hyper-classe, l'hyperconsommation serait une consommation mondialisée qui serait déconnectée des capacités de production locale et régionale et financée par de la dette. Les facteurs-clé de cette hyperconsommation sont la publicité, le crédit et certains facteurs culturels.
- Chaque individu consomme différemment des autres, selon les logiques de

[2] Cette personne est née au cours des années 1960.

prise de décision propres à chacun : dans les milieux aisés, certaines personnes ou familles sont jugées socialement sur la conformité de leurs modes de consommation avec celles du groupe.

Pour chacun de nous, la limite entre consommation sage et hyperconsommation est variable. Elle est liée à des facteurs éducatifs, culturels, financiers et psychologiques individuels (ex. une personne en situation d'insécurité psychique aura tendance à consommer plus qu'une personne ayant confiance en soi)

- L'hyperconsommation est en lien avec le concept de déracinement : autrefois on consommait ce qu'on produisait soi-même ou ce qui était produit dans notre environnement proche, donc un nombre limité d'objets ; aujourd'hui, dans un hypermarché, tout est à vendre, il y a une concentration extraordinaire de produits à consommer en provenance du monde entier ! Les clients sont aspirés par cette multitude d'objets non seulement offerts mais promus par la publicité. Le monde entier est subitement accessible, à notre porte...
- Cette société d'hyperconsommation ne concerne pas seulement des produits mais aussi de l'information, de la culture, des expériences de vie, etc. Cette surabondance entraine une saturation et une sorte de fatigue de consommer, et réduit la conscience des satisfactions qu'on pourrait en tirer. Il se crée alors un cycle du type hyperconsommation, addiction, saturation, dégoût, privation, épisodes boulimiques, retour à l'hyperconsommation... le tout dans un niveau de conscience souvent modeste ou inexistant.
- La religion, la spiritualité voire la laïcité parfois imprégnée de religion et la culpabilité qu'elles induisent tendent à limiter les excès de l'hyperconsommation. Les communautés de religieuses ou de moines constituent autant de témoignages de vies qui se protègent contre le phénomène d'hyperconsommation.
- Les religions poussent en principe à la « consommation » de biens spirituels, au contraire de la société marchande qui pousse à l'hyperconsommation d'objets.
- Partage traditionnel des tâches dans le monde : les pays pauvres produisent et les pays riches consomment. Mais depuis quelques décennies, les pays pauvres commencent eux-mêmes à consommer et donc également à détruire la planète.
- Dans le monde grec, le peuple apportait une grande attention à la culture, au lien social, à la politique, aux échanges. Il serait bon, aujourd'hui, que nos sociétés mettent plus l'accent sur les consommations culturelles et moins sur les consommations matérielles : l'individualisme conduit-il nécessairement à l'hyperconsommation matérielle ?
- La planification étatique vise normalement à produire les biens matériels indispensables pour satisfaire les besoins essentiels à la vie (consommation sage). A l'inverse le fonctionnement libéral du marché, qui vise à l'accumulation du profit, conduit à augmenter la consommation de biens à l'infini (hyperconsommation).
- Mais cette distinction n'est plus valable quand il s'agit de la consommation de biens culturels. Car celle-ci n'est pas prévisible et relève de la catégorie des désirs et non des besoins.

- Les Grecs ne sont-ils pas les ancêtres de l'hyperconsommation ? Dans les sociétés primitives, le cycle socioéconomique essentiel était celui du triptyque mis en lumière par Marcel Mauss « Donner, Recevoir, Rendre », qui avait tendance à faire circuler et à équilibrer les richesses détenues par les groupes sociaux. Mais c'est en Grèce qu'Aristote a, le premier, constaté et dénoncé l'accumulation excessive de richesses entre les mains de ceux qui ne respectaient pas les principes de l'échange économique juste, dérèglement qu'il a appelé « chrématistique ».
- Faut-il redonner une plus grande place au système ancestral de l'autoconsommation ? Aujourd'hui, nous sommes dépendants des entreprises pour l'essentiel de ce que nous consommons. L'autoconsommation était un gage de sagesse et d'autonomie.
- On peut aussi percevoir l'hyperconsommation comme un mal nécessaire qui contribue à fournir des ressources à l'État pour financer la protection sociale, l'économie, les systèmes éducatifs et l'armée qui défend le pays contre les envahisseurs. Pourrait-on construire un monde pacifique et unifié sans États ni nations ?
- Devrions-nous copier la société des Amish qui consomment peu et vivent dans le respect de la planète ? Je suis désespérée par la destruction de la planète dont nous avons tous plus ou moins conscience, mais pour laquelle les politiques ne font rien ou si peu.
- L'Algérie, mon pays d'origine, est en train de « se convertir » à l'hyperconsommation et s'oriente vers une catastrophe écologique. Ses ressources scientifiques et industrielles devraient être mises au service de la réparation de la planète, mais c'est tout le contraire qui se produit. Cela m'attriste beaucoup.
- Mon métier m'a conduite à m'intéresser à l'industrie textile. Depuis quelques décennies, poussée à la fois par l'État et les entreprises, celle-ci a remplacé la production de vêtements solides et durables par des vêtements jetables (durée de vie de deux ans au maximum). Je conseille à mes clients d'acheter des vêtements durables, mais cela n'est pas la tendance actuelle.

4. Évaluation de la séance par les participants

Les participants sont invités à répondre à deux questions : 1. Comment avez-vous vécu cette séance ? 2. Qu'en retenez-vous pour vous ?

- Cela me rassure de constater que les idées utopiques que je porte sont partagées par mes collègues !

  J'en retiens que nous, la communauté des humains, devrions sauver la vie sur terre et sauver la vie de la terre.
- Nous avons eu de beaux échanges et cela m'a plu. J'ai apprécié de ne pas être contredite ni jugée, et la qualité d'écoute entre nous. Nous avons tous envie d'agir et je suis heureuse d'avoir pu partager cela avec vous.
- Je suis attristée de comprendre combien l'hyperconsommation détruit la terre, et cela me pousse à essayer de consommer encore beaucoup moins.

5. Quelques compléments conceptuels[3]

Question du jour (rappel) : où est la limite entre consommation sage et hyperconsommation ?

5.1. Définitions et remarques préliminaires

- Hyper : racine grecque *huper*, « sur », qui a donné hubris « excès, orgueil, démesure »
- « Consommer » porte un sens différent de « consumer »
  - Consommer : *cum summa* (avec la somme totale) → « conduire à son achèvement » (ancienne expression : « le mariage a été consommé »)
  - *Consumere* : perdre ; détruire, faire disparaître par l'usage, en parlant des denrées ou de sources d'énergies ; consommer = épuiser, dépenser, et notamment : épuiser les forces de qq'un ; détruire progressivement une chose puis : détruire entièrement sous l'action du feu.

5.2. Brèves pistes complémentaires de réflexion

- Hyperconsommation
  - Aujourd'hui, les humains sont de moins en moins désignés sous le nom de citoyens ou même de clients ou d'emprunteurs et de plus en plus sous le nom de « consommateurs » : irons-nous jusqu'à parler de consommation de jeux, de culture, de livres, de thérapies, de services médicaux, de consommation de coaching, de consommation de savoir, d'école, d'université ?
  - Idée que l'action de consommer consume également le consommateur, i.e. le dévitalise, l'épuise, en même temps qu'elle épuise la planète ;
  - Comme le consommateur est également le producteur souvent peu payé des biens qu'il consomme, *il s'épuise à produire sa consommation !*

    Pour permettre aux classes les plus pauvres de consommer, le « système » pousse en effet la machinerie industrielle et managériale à produire des objets consommables à des coûts toujours plus bas, en mettant sous tension maximale les procédures de production et le corps des salariés qui produisent : épuisement conjoint du producteur et du consommateur ; multiplication, dans les entreprises, des phénomènes de « *burn out* » : ce sont les producteurs eux-mêmes qui sont consumés, c'est-à-dire psychiquement brûlés !
- Consommation sage
  - « *Mêden agan* » « Rien de trop », était l'une des maximes inscrites sur le temple grec de Delphes il y a 25 siècles. Magnifique expression qui prône la modération comme vertu suprême, et répudie par-dessus tout la démesure. « De la mesure en toutes choses. »
  - Est sage la consommation de biens ou services
    - Produits par soi-même
    - Dans un environnement proche ;
    - Dans le respect des droits de l'homme et de la dignité humaine ;
    - Dans le respect de la nature, des animaux, des producteurs et du

[3] Auteur : Jean Beaujouan

consommateur lui-même ;
        - Qui apporte un bienfait au consommateur.
    - Est sage la consommation qui produit
        - Des corps humains sains (sans obésité, sans fatigue chronique) ;
        - La tranquillité de l'esprit ;
        - Une situation financière équilibrée.

- A qui profite l'hyperconsommation ? Apparemment aux classes riches, dont les profits croissent lorsque la machine économique tourne à plein régime !

  Mais cette affirmation est elle-même contestable, car il n'est pas du tout certain que ce soit un bienfait, pour une personne riche ou très riche, de s'enrichir encore et toujours plus.

- Pourquoi l'hyperconsommation semble-t-elle illimitée ?

  Cette limite existe bien, c'est celle des ressources dont la Terre est porteuse, ce dont les scientifiques ont amplement apporté la preuve.

  Mais les peuples ne veulent pas la voir, car elle est brouillée par une alliance entre :

  - Les producteurs-destructeurs adeptes de la chrématistique (c'est-à-dire de l'accumulation infinie de richesse financière par les dirigeants économiques)
  - Et les pulsions primaires résidant dans l'inconscient des huit milliards d'humains qui recherchent naturellement la facilité en toutes choses, la jouissance immédiate et la libération des pulsions, y compris les plus destructrices...