

Grégory Pouy

INSOUTENABLE PARADIS

Écologie et mode de vie :
réagir sans tout sacrifier

DUNOD
POCHE

Maquette de couverture : Nicolas Wiel

Mise en pages : Nord Compo

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© Dunod, 2020, 2023 pour l'édition de l'édition de poche

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-085658-9

À ma mère, mon frère et feu mon père

Introduction

Je suis dans un train qui m'emmène de Paris à Lyon. Le TGV avance au rythme de nos vies, à toute vitesse. 222 kilomètres par heure en moyenne, pour être précis. Et des ingénieurs (Elon Musk et son projet Hyperloop) travaillent à la création d'un train sous vide permettant d'accélérer et d'accéder à une vitesse encore plus folle, de plus de 1 100 kilomètres par heure. C'est pratique et j'apprécie cette accélération permanente, ce serait mentir que d'affirmer l'inverse. Mais j'ai la sensation que tout va de plus en plus vite, les idées, les expériences, les échecs, les relations amoureuses... On ne prend même plus le temps de regarder les personnes dans les yeux, nous sommes tous rivés sur nos écrans de téléphone au cas où nous manquerions... Manquerions quoi en fait ? Les deux années de Covid-19 nous ont pourtant donné l'opportunité de ralentir, de nous questionner sur ce qui était essentiel. Et malgré cela, nous sommes presque tous revenus à notre position de départ à courir dans notre roue de hamster.

J'ai étudié à Marseille et déjà il y a vingt ans, je m'interrogeais sur le temps comme facteur clef de succès, sujet de mon mémoire de fin d'étude. Mais aujourd'hui, j'ai besoin de ralentir, envie d'appuyer sur

pause. Je ne suis pas en burn-out mais je crois que cette vitesse folle nous conduit à prendre des décisions qui ne sont pas les bonnes, nous fait passer à côté de l'essentiel.

Moi aussi, je me suis laissé entraîner dans cette course. Je me suis émancipé par le travail. Après une prépa HEC puis une grande école de commerce, j'ai travaillé dans le marketing pendant des années pour finalement créer ma propre entreprise. J'ai donné beaucoup de conférences pour les comités de direction de grandes sociétés du CAC 40, j'ai réalisé ce rêve de gosse de vivre à New York City. Et puis, en parallèle de mes activités, j'ai commencé à donner des cours, à l'université de Paris Dauphine ou à HEC entre autres. Bref, j'ai couru après une carrière, j'ai couru après les expériences, j'ai couru après la consommation. J'ai été cette personne qui voulait acheter le dernier iPhone parce que 13 c'est franchement mieux que 12. Et je suis toujours cette personne à certains égards.

Je viens d'un milieu modeste et je me suis battu pour réussir mes études, améliorer mon pouvoir d'achat. J'ai suivi à la lettre l'image qu'on me projetait du succès et qui normalement devait m'apporter le bonheur promis. Moi aussi, j'ai voulu la voiture qui va vite, j'ai souhaité être ce mec sur un yacht au milieu d'une belle mer translucide. Après tout, c'est ce que l'on me montre en permanence comme la recette du bonheur, dans les médias, les séries, les films, les chansons, les pubs, etc.

Et je trouve cela pour le moins insupportable, que l'on vienne ensuite me culpabiliser parce que j'essaie de suivre le récit que l'on me raconte depuis mon enfance et la découverte du Monopoly. C'est à en devenir

schizophrène, car la société continue de me resservir cette recette du bonheur tout en me culpabilisant en permanence d'essayer de l'atteindre. On me dit que consommer à outrance c'est mal, qu'avoir une voiture c'est mal, parce que ce n'est pas responsable dans notre rapport à la nature.

Alors bien sûr, moi aussi j'ai lu des livres de développement personnel et je sais que le bonheur est ailleurs. J'ai moi aussi cherché du sens à ma vie. Ma conscience écologique s'est éveillée. Mais en même temps, que puis-je faire à mon petit niveau ? Pourquoi l'effort écologique me reviendrait-il quand les autres profitent sans se poser de question ? C'est anxiogène, j'ai la sensation que dès que je respire, je le fais mal et que cela impacte l'environnement.

Les enjeux climatiques, et de manière plus large les différentes crises que notre société traverse, me mettent face à mes contradictions : d'un côté mon incapacité individuelle à renoncer à mon confort, de l'autre la certitude que ne rien changer, c'est faire un choix dramatique. D'ailleurs, puis-je avoir une conscience écologique sans être militant ?

La situation que nous traversons est totalement inédite, puisque ce n'est pas seulement une crise climatique qui nous fait face, mais également une extinction de masse, une crise d'accès à l'eau, une crise d'accès à certaines matières premières, une crise énergétique dont dépend notre puissance.

Et de manière concomitante se rajoute une crise économique, une crise financière, une crise sanitaire et donc une crise sociale.

La mauvaise nouvelle, c'est qu'il n'y a pas de « solutions », la bonne nouvelle, c'est que, stratégiquement, ce qu'il faudrait faire est assez clair.

Et non, il ne s'agit pas de supprimer la moitié de l'humanité ou d'arrêter de faire des enfants, mais tout simplement de changer son rapport au monde.

J'aurai l'occasion d'y revenir et de vous donner quelques clés pour y parvenir.

Pourtant, on nous avait dit que cette société moderne était un paradis...

Ce livre est une quête, celle de savoir comment envisager le reste de ma vie. J'ai conscience que mon métier participe plus au problème qu'à la solution. Mais comment mettre à profit mes qualités, le réseau que j'ai développé sans nécessairement tout sacrifier ? Parce que la question est là, je suis de bonne volonté mais j'aime ma vie à Paris, je n'ai pas prévu de vivre dans une hutte ni de dire adieu au confort que j'ai difficilement gagné. Alors, qu'est-ce que je change ?

Ce livre est une enquête. Même si je ne suis pas meilleur qu'un autre, je ne peux rester les bras croisés. Je veux comprendre et agir avec mes moyens. Je refuse de me positionner en victime.

J'ai créé deux podcasts – des émissions gratuites disponibles sur demande et diffusées sur des plateformes digitales – que j'ai nommé *Vlan !* et *Ping !*

Écouté par un peu plus de 250 000 personnes par mois, je cherche à comprendre comment notre société évolue. J'ai réfléchi, j'ai rencontré des personnes qui ont changé de vie, des chercheurs qui prennent le

temps d'expliquer le monde et nos comportements, des personnes qui tentent d'agir, individuellement, collectivement, politiquement, économiquement.

Au fur et à mesure de mes conversations, j'ai compris que ce qui nous manque cruellement, c'est du lien. Le lien à soi, le lien aux autres et le lien à la nature. Parce que s'il y a bien une chose que l'on partage toutes et tous, c'est la solitude. Alors j'essaie de faire évoluer les mentalités à mon petit niveau, *via* le média que j'ai créé. Les défis auxquels nous devons répondre d'une manière ou d'une autre ont été causés par la perte de ces liens.

Le mythe de la société moderne nous a conduits à cette situation. Ne vous méprenez pas, je ne vais pas vous jouer la chanson du « c'était mieux avant ». Par beaucoup d'aspects, notre manière de vivre est meilleure que celle de n'importe quelle autre période de l'humanité.

En revanche, vous le soupçonnez déjà, l'accumulation de biens et cette société hyper individualiste ne rendent personne heureux, pas même les plus riches d'entre nous. Peut-être alors que le bonheur est ailleurs, que lâcher ces croyances et ce mode de vie ne sera pas douloureux mais salvateur. Comment détruire les schémas anciens, ceux qui nous ont forgés tels que nous sommes ?

Trois acteurs principaux forment la société : la société civile (nous), l'État et les entreprises. Ces trois acteurs sont interconnectés et bougent ensemble, ou plutôt restent relativement immobiles ensemble. Parce que la question n'est pas tant de savoir que l'on doit

changer de mode de vie mais de comprendre comment le faire et ce que cela va impliquer. Est-il vraiment trop tard ? Tout va-t-il s'effondrer comme dans un film catastrophe ? Est-ce que nous allons devoir renoncer à tout ? À l'inverse, la technologie va-t-elle nous sauver ? Une main providentielle va-t-elle nous permettre de continuer à vivre de la même manière sans se soucier des conséquences ? Comment une société peut-elle bouger dans son ensemble ? Quel est mon rôle en tant qu'individu ?

Ce livre est une prise de hauteur sur notre manière de vivre, une respiration, riche des récits des uns et des autres. Il est la recherche d'une nouvelle histoire commune, qui a déjà débuté mais dont une part importante reste à écrire. J'ai la profonde conviction que cela nous permettra de vivre ensemble, sans renoncer à l'essentiel.

Vous pouvez le lire avec vos croyances, votre mode de vie urbain et vos questionnements. J'espère que vous y trouverez des façons d'envisager d'autres manières de vivre le monde, mais surtout, que vous comprendrez qu'il n'est pas nécessaire de revenir en arrière, d'arrêter de faire des enfants ni d'aller sur Mars pour nous en sortir.

FAIRE FACE À NOS PROPRES CONTRADICTIONS

Je remonte chez moi avec du houmous, le petit traiteur libanais en bas d'immeuble est pratique. Une chance. Arrivé à la cuisine, je sors un bol et y transfère le houmous de sa barquette en plastique, que je jette. On ne sert pas le houmous à des invités dans son emballage. Une barquette en plastique. Pour faire 20 mètres. Je me sens con. Pourquoi n'ai-je pas pensé à descendre avec mon bol ? À quoi a vraiment servi la fabrication de cette barquette ? À rien. Juste une facilité, une de plus. J'aurais dû y penser. J'y penserai la prochaine fois. Sûrement.

Deux jours avant d'écrire ces lignes, un ami me donne une idée. Pour être sûr de m'en souvenir, je me dis : « Tiens, je vais m'envoyer un e-mail. » Alors cet ami me fait la remarque : « Greg, tu te rends compte de la pollution que ça génère un e-mail ? » On ne se rend pas compte non, c'est indolore à l'échelle individuelle. Bien entendu quand on s'intéresse de près au sujet, on réalise que 70 % de la pollution numérique est liée aux terminaux que nous utilisons. Mais quand on se penche sur la question, c'est effarant. En France, chaque

salarié reçoit 58 courriels par jour et en envoie 33, calcul qui vaut pour les entreprises de 100 personnes. Ce sont des moyennes, évidemment. Si chaque e-mail pèse 1 Mo, l'Ademe, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, a calculé que ces envois ne généreraient pas moins de 13,6 tonnes équivalent CO_2 chaque année. Les différents gaz à effet de serre (GES) se distinguent entre autres par la quantité d'énergie qu'ils sont capables d'absorber et par leur « durée de vie » dans l'atmosphère. L'équivalent CO_2 est une unité créée par le GIEC, l'organisme de l'ONU qui étudie le climat, pour comparer les impacts de ces différents GES en matière de réchauffement climatique. Ça ne parle pas forcément, mais si l'on fait la conversion, c'est environ treize allers-retours Paris-New York, soit 136 kg équivalent CO_2 par salarié.

Lorsqu'on écoute de la musique aujourd'hui, pour 10 % d'entre nous en France, on le fait en streaming, en ligne. Cela a un impact écologique fort, parfois délirant : choisir d'écouter de la musique sur YouTube n'a aucun sens puisqu'on télécharge un flux vidéo qu'on ne regarde pas ! Selon une étude menée par The Shift Project, un groupe de réflexion français - et publiée le 11 juillet 2019 -, en 2018, les vidéos en ligne ont généré 300 millions de tonnes de CO_2 , soit 1 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre, c'est-à-dire autant que les émissions de l'Espagne sur une période d'un an ! Tout ça pour quoi ?

Mon idée, j'aurais pu simplement la noter sur un papier. La musique, je peux choisir de l'écouter autrement. Suis-je devenu écolo pour autant ? Je ne pense

pas, mais toutes ces petites choses participent à ma prise de conscience écologique. Même quand on le sait, même quand on sait que garder ses e-mails a un impact écologique fort, on continue. Parce que je n'ai pas du tout envie de voir disparaître ma mémoire numérique. Écrire un livre, l'imprimer, l'envoyer aux lecteurs, tout cela a aussi un impact. Publier un livre pour parler de notre relation à la nature, c'est paradoxal. Toutes ces contradictions existent et on ne peut pas les ignorer. J'en ai conscience. J'en ai pris conscience.

J'ai 46 ans et le monde dans lequel je vis avance en dépit du bon sens. J'ai 46 ans, j'ai été pendant vingt ans consultant, spécialiste reconnu du marketing digital, j'ai donné des cours sur le sujet dans les meilleures écoles de France, mais ma vie n'avait pas beaucoup de sens. Pire, la manière dont je gagnais de l'argent s'opposait désormais à mes croyances.

Je viens d'une famille plutôt modeste, d'une mère martiniquaise et d'un père bourguignon. J'ai grandi dans une cité de la banlieue de Paris, ni la pire ni la meilleure, mais avec tout ce que cela implique. J'ai reçu beaucoup d'amour, mais je n'ai pas eu une enfance privilégiée. Peu de musées, peu de lecture, de la violence. Au collège, les études n'étaient pas vraiment ma priorité. J'avais d'autres choses à faire. C'est au lycée que ça a pris, en première. La confiance d'un professeur de maths et d'une amie, Caroline, m'ont donné l'envie, le courage et l'idée de faire une classe préparatoire. Rien de facile, je n'avais pas les codes. Dans ma famille, on n'avait pas le Bac, alors forcément, c'était nouveau. Une fierté.

Une école de commerce plus tard, le marketing m'a permis de faire partie de ce que l'on appelle les CSP +, les catégories socioprofessionnelles supérieures. Je me suis totalement émancipé par le travail, à tel point que j'ai pu créer ma propre entreprise, que je donne des conférences dans le monde entier, que je suis associé dans des sociétés à la pointe de la technologie, que j'ai pu acheter plusieurs appartements... Bref, je gagne bien ma vie. J'habite un bel appartement à Paris, j'ai une moto et j'adore le bruit de son moteur. J'adore ne pas avoir à mettre un pull chez moi l'hiver. J'adore me commander des sushis le dimanche soir – mais je ne le fais plus. Je fréquente des gens passionnants qui m'invitent en soirée, et que je reçois pour des brunchs chez moi.

Pendant des années, je suis parti en vacances en avion, dormir dans des villas de luxe, louer un bateau à moteur et foncer sur une mer translucide vers des paysages de rêve, partager ces moments avec des personnes qui ont autant, voire plus « réussi » que moi et qui profitent de ce que la vie leur offre. Car j'ai réussi. J'ai réussi ma vie sociale. J'ai réussi ma vie matérielle. C'est le rêve de beaucoup de gens. Et ce confort, ce luxe, m'alliaient bien. Très bien même.

J'ai grimpé l'échelle sociale avec passion et étonnement. Le goût des belles choses, du luxe, de l'art, est venu au fil des ans. Et puis l'argent permet de ne plus penser à l'argent. J'étais capitaliste, branché sur l'idée de la réussite individuelle, de l'importance du travail – des valeurs, un récit que l'on nous sert en permanence. Depuis les années 1980 au moins, un mythe nous tire dans cette direction : celle de la réussite matérielle.

Peut-on faire du marketing et avoir une conscience écologique ?

Autant vous dire que je ne suis pas devenu écolo du jour au lendemain. Ça a commencé par un bourdonnement à peine perceptible, et puis le volume est monté, lentement, et un jour je me suis aperçu du bruit, un bruit que j'entendais depuis longtemps. Un bruit lancinant qui a pris une place grandissante petit à petit. Et qui est devenu une certitude : on va dans le mur. À un moment donné, il faut arrêter de se mentir à soi-même. Je ne peux pas poser une date dessus. Il n'y a pas un jour où je me suis levé en disant « stop ! ». Mais la certitude est là : on ne peut pas continuer ainsi.

Ce bourdonnement m'a poussé à me poser des questions et, comme j'ai la chance de pouvoir le faire, à rencontrer des personnes, des personnes qui pouvaient m'apporter leur éclairage, leur opinion. J'ai lancé *Vlan !* qui parle de la société dans laquelle on vit, mais surtout de lien. Le lien à soi, le lien à l'autre et le lien à la nature.

Aujourd'hui, j'ai honte. Je ne dis plus que je suis marketeur, même si je n'ai jamais vraiment eu honte de la manière dont j'envisageais le marketing. Il s'agit pour moi de proposer les bons produits aux bonnes personnes. Je n'ai jamais été dans cette logique de refourguer un maximum de choses à un maximum de clients. Ce qui m'a toujours intéressé, c'est la sociologie, les gens. Et j'ai une bonne capacité de synthèse. Ce qui m'a toujours motivé, c'est transmettre. J'adore ça. Ça a du sens pour moi.

J'ai honte parce que je sais que le marketing, tel qu'il est généralement conçu, est aux antipodes de ce qu'il faut faire, si tant est que le marketing c'est vendre n'importe quoi à n'importe qui... J'aime la définition que m'en a donné David Garbous, le directeur du marketing stratégique de Fleury Michon, lorsque je l'ai rencontré pour préparer ce livre : « On dit souvent que le marketing, c'est un métier de brasseurs de vent, de gens qui manipulent. Mais la noblesse de ce métier consiste à mettre en adéquation une attente sociétale et le savoir-faire d'une entreprise ou d'un individu. Fondamentalement, c'est une approche sociologique, une approche comportementale, une approche bienveillante, si on l'utilise correctement. »

Si l'on considère que le marketing c'est créer des offres et raconter des récits qui vont dans le sens de l'histoire, alors ce n'est plus aussi terrifiant. Les entreprises ont cette capacité à raconter des histoires, elles ont l'argent pour le faire, il leur manque simplement la volonté de s'attaquer aux problèmes. Mais comme elles n'ont pas le choix, elles y viendront. C'est une transformation lente, longue, difficile, et qui a déjà commencé. Les accompagner vers ces nouvelles histoires, c'est comme cela que j'envisage mon métier de demain. Petit à petit, je suis allé vers ce que je suis vraiment. Et aujourd'hui, je me présente comme *analyste culturel*. C'est plus honnête envers moi-même. C'est dans ce cadre que j'ai créé mon second podcast *Ping !* J'essaie d'y faire le lien entre *leadership* et *care*. Je ne suis pas amateur des anglicismes, mais ils font prendre conscience que nous n'avons pas de termes en français pour les traduire.

Bien sûr, je n'ai pas tout changé. Je prends du plaisir à un bon repas dans un restaurant. Pouvoir faire chauffer de l'eau en quelques minutes. Manger des tomates, de la mozzarella, en saison, je trouve ça génial. Sur ces petites choses, je n'ai pas forcément mauvaise conscience. Mais quand je prends l'avion ou ma moto, quand je mange de la viande, quelque part, ça pince. Les tomates en hiver ? Pas question. Quand j'achète un vêtement, et j'aime la mode, quand j'ai rendez-vous dans le lobby d'un palace, quand je choisis des enceintes haut de gamme, je suis rempli de contradictions : j'ignore ma mauvaise conscience, je le fais quand même, parce qu'il y a une dose de plaisir, une question de reconnaissance sociale... Je me justifie en me disant qu'au moins je garde les vêtements pendant des années et que je n'ai jamais baigné dans la *fast fashion*. Une amie m'a dit un jour cette phrase, de son père, que j'aime à répéter : « Je n'ai pas les moyens d'acheter bon marché. » J'aime beaucoup cette phrase car l'expérience prouve effectivement que sur la durée, mettre de l'argent dans des éléments bien produits et bien designés coûte moins cher.

J'essaie de consommer en conscience : cela signifie de ne pas fonctionner par automatisme mais de réaliser l'impact de chacun de ses gestes. Il y a tant d'automatismes, tant d'impacts invisibles, mais c'est comme cela que l'on vit majoritairement aujourd'hui, même s'il y a cette petite voix derrière qui me dit : ça ne va pas.

L'aspect pratique des choses s'oppose à la responsabilité : commander des sushis sur son smartphone à une entreprise qui ne paye pas ses impôts, se faire livrer par un type à vélo payé une misère, ne pas penser

aux enfants qui, dans les mines, à mains nues, extraient les métaux rares de mon téléphone, ne pas penser aux actionnaires qui se goinfrent sur le dos du livreur, ne pas penser aux océans qui se vident de leurs poissons... C'est là où j'en suis aujourd'hui, à gérer ce conflit perpétuel entre ce qui est pratique et ce qui est responsable. Commander sur Amazon ? Pratique, pas responsable. À ce que je vois autour de moi, je ne suis pas le seul à vivre cette tension. Mais parce qu'on ne prend pas le temps, on justifie le côté pratique d'un certain nombre de choix, et tant pis pour le reste.

Je suis allé vers ce que je suis : sur mon podcast, les sujets ne concernent plus du tout le marketing. Depuis cinq ans désormais, ils traitent des changements à l'œuvre, plus en phase avec les changements à l'œuvre, les défis de société, les enjeux du monde actuel.

J'ai arrêté de chercher le succès professionnel et de considérer *Vlan!* comme un outil de promotion de mes activités de consultant. Mon podcast, ce sont les questions que je me pose vraiment, les personnes à qui j'ai envie de les poser, les personnalités que j'ai envie de rencontrer. Comme j'ai une certaine audience, il arrive qu'on me propose de rencontrer telle ou telle personne en recherche de promotion. Mais ce n'est pas comme cela que j'envisage les choses : il faut que les gens m'intéressent, qu'ils aient des réponses aux questions qui me semblent importantes. J'ai donné un rôle à mon podcast : participer au changement de société, recréer du lien avec soi, les autres et la nature. Je n'ai aucune envie de promouvoir des personnes qui n'iraient pas exactement dans ce sens. Je refuse de devenir un

point de passage de plus pour des personnes en tournée de promotion.

Cela peut sembler simplet mais je décide des personnes et des idées que je souhaite mettre en avant, comme celle du psychologue norvégien Per Espen Stoknes, auteur de *What we think about when we try not to think about global warming* (« À quoi pensons-nous quand nous essayons de ne pas penser au réchauffement climatique »), 2015, entendu sur le podcast *You're not so smart*, qui explique que les discours sur l'écologie posent plusieurs problèmes. Pour en parler, j'ai eu la chance de recevoir le neuroscientifique, Albert Moukheiter.

Nous avons tous nos raisons de ne rien changer

Nous n'arrêtons pas de voir chiffres sur chiffres, experts après experts, qui nous assènent l'urgence de la situation et pourtant, nous ne changeons majoritairement pas nos modes de vie. Je ne vous jette pas la pierre, vous avez déjà compris que je ne fais guère mieux. La réalité est que les personnes qui pouvaient être convaincues par ces preuves scientifiques le sont déjà. Pour tous les autres, cette technique de persuasion ne fonctionne pas. Pire, les arguments s'annulent au fur et à mesure, car nous avons la sensation que nous avons déjà entendu cela des millions de fois : chaque jour aux infos, on nous parle d'une catastrophe écologique. Et c'est normal, car nous avons des barrières psychologiques naturelles : quand une information ne nous convient pas, nous essayons de trouver des manières de l'éviter. C'est assez commun.