

**INSOUTENABLE
PARADIS**

GREGORY POUY

INSOUTENABLE PARADIS

Écologie et mode de vie :
réagir sans tout sacrifier

DUNOD

Couverture : Daniel Horowitz

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2020

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-080572-3

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

À ma mère, mon frère et feu mon père

Sommaire

Introduction	9
1. Faire face à nos propres contradictions	15
2. Retrouver du sens dans ce monde : de l'exemple à l'engagement	59
3. Quel rôle les politiques jouent-ils dans la transformation de la société ?	99
4. Les entreprises peuvent-elles apporter une partie de la solution ?	127
5. Une nouvelle spiritualité de société est déjà en route	171
Épilogue – Burning Man	215

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 ?

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 11 c'est franchement mieux que 10. 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 ?

Pour les quelques climatosceptiques qui pourraient lire ces lignes, la réalité est que le réchauffement climatique est l'une des crises que nous traversons, mais la problématique est plus complexe et nous devons y faire face. On peut ici se référer aux ruptures décrites par le physicien et philosophe français Marc Halevy :

- 1) Une rupture écologique, bien sûr, avec la raréfaction des ressources naturelles et le réchauffement climatique.
- 2) Une rupture économique avec un modèle consumériste qui est allé beaucoup trop loin puisqu'il nous a conduits à détruire les autres êtres vivants et même à empoisonner par nos déchets ou nos méthodes de « production », ceux que nous mangeons.
- 3) Une rupture technologique et avec elle beaucoup de progrès, mais également des liens entre les humains qui sont en train de disparaître et une solitude grandissante.
- 4) Une rupture paradigmatique, qui détermine la fin de l'ère du progrès, de la performance, de la croissance pour se diriger vers autre chose...

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 un podcast – une émission gratuite disponible sur demande et diffusée sur des plateformes digitales – que j'ai nommé *Vlan* !

Écouté par un peu plus de 150 000 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. 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 CO₂ 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 CO₂ 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 CO₂ 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 CO₂, 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.

**“JE SUIS TELLEMENT
DÉBORDÉ.E!”**

**COMMENT A-T-ON PU EN
ARRIVER À UNE SITUATION
OÙ NE PLUS AVOIR DE VIE
EST UN CRITÈRE DE
SUCCÈS ?**



**#InsoutenableParadis
Grégory Pouy**

J'ai 43 ans et le monde dans lequel je vis avance en dépit du bon sens. J'ai 43 ans, je suis consultant, spécialiste reconnu du marketing digital, je donne des cours sur le sujet dans les meilleures écoles de France, mais ma vie n'a pas beaucoup de sens. Pire, la manière dont je gagne de l'argent s'oppose 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.

Je peux partir 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, me vont bien. Très bien même.

Je grimpais 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,