

# Vers une approche salutogène favorisant un bien-être durable pour toutes et tous

*Interview de Marlyne Sahakian,  
sociologue de la consommation*

**De nombreux spécialistes des sciences sociales, dont vous faites partie, appellent de leurs vœux que l'on sache se saisir de la crise du Covid-19 pour réfléchir à notre avenir en société et pour repenser fondamentalement notre système économique basé sur la croissance. Le confinement lié à la pandémie a permis de retarder de trois semaines le jour du dépassement au niveau planétaire. Quel enseignement en tirer ?**

Je m'intéresse, dans mes recherches, aux modes de consommation non durables et à l'importance des habitudes et des routines dans nos manières de faire. Pour les personnes qui ont pu suivre l'injonction « restez chez vous » dans un relatif confort, des formes d'expérimentation avec de nouvelles manières de consommer ont eu lieu. Certaines ont aussi adopté une posture réflexive, questionnant ce qui paraissait normal avant la pandémie, et peut-être ce qu'elles souhaiteraient normaliser pour le futur. Si de nouvelles pratiques ont émergé, autour de l'approvisionnement alimentaire par exemple, dans d'autres cas le shopping habituel s'est simplement déplacé vers des espaces virtuels. Force est de constater que le relâchement des mesures de distan-

ciation physique (pour ne pas dire sociale) a souvent mené au redémarrage des manières de consommer pré-pandémiques. La conclusion que nous pouvons en tirer est que nos habitudes et routines sont difficiles à changer, une fois la contrainte passée.

**Les gouvernements à travers le monde ont su réagir et n'ont pas hésité à sacrifier l'économie pour enrayer la crise sanitaire du Covid-19. Comment expliquer qu'ils soient par ailleurs si passifs face aux défis encore bien plus fondamentaux de la crise écologique ?**

En Suisse, l'économie n'a pas été sacrifiée. Au contraire, elle a été massivement soutenue par l'État. Les exigences en matière de croissance économique ont certes été reléguées au second plan, mais certains secteurs ont même bénéficié de la crise sanitaire. Ce sont clairement les emplois précaires ou illégaux qui ont le plus souffert de la crise. Il apparaît donc que nous n'avons pas vécu un changement dans l'organisation de notre économie, qui découle aussi d'habitudes qui sont apparemment difficiles à changer. La crise écologique sera sans doute aussi une crise sanitaire et humanitaire, mais peut-être moins visible et plus lente – en



Slogan sur une place de Genève pendant le confinement au printemps 2020.

tout cas pour l'instant et en Suisse. La leçon que je tire de la crise du Covid-19 est que les sociétés peuvent se mobiliser vers un but commun qui est, dans le cas de la pandémie, celui de permettre à tout un chacun l'accès aux services de santé. Notre gouvernement a aussi établi la liste des biens essentiels, l'alimentation et l'alcool en faisant partie. Ce sont des points importants à souligner, en lien avec la crise écologique : quel est le but commun de notre société, comment définir les besoins humains auxquels nous devons à tout prix subvenir, et quels biens et services sont essentiels pour ce faire ?

**Vous avez contribué à l'ouvrage collectif « Covid-19. Le regard des sciences sociales ». Votre article porte le titre « Consommation au temps du Covid-19 : retour vers un futur durable ». À quoi ressemble le scénario d'un tel « futur durable » ?**

En ce qui concerne mon champ d'études, la consommation dans une perspective de durabilité, une question centrale se pose : comment imaginer un futur qui prenne en compte les enjeux de la durabilité ? Pour avancer dans ces réflexions, je choisis une approche que je qualifie de salutogène, car je cherche à comprendre les facteurs favorisant un « bien-être durable ». Cette notion normative combine les enjeux écologiques avec la question des besoins humains. En prenant comme point de départ le but à atteindre, il devient possible de réfléchir aux moyens d'y

parvenir – par un processus de « backcasting » ou rétro-diffusion. Aucune piste n'est simple ; les solutions proposées peuvent se contredire ou alors se chevaucher, car les pratiques liées à nos modes de consommation ne sont pas des silos, mais des vases communicants. Le point de départ reste néanmoins essentiel : définir le bien-être durable que nous souhaitons atteindre.

**Combiner les enjeux écologiques avec la question des besoins humains, c'est là le fondement, notamment, du « donut economics » que vous mentionnez dans votre article. Que pensez-vous de ce modèle ?**

De nouveaux paradigmes émergent pour penser cette notion de bien-être durable, comme le « donut economics » de Kate Raworth, en effet. Dans ce modèle, il s'agit d'atteindre les limites minimales de bien-être, sans dépasser les limites planétaires, c'est-à-dire de se situer entre un seuil social et un plafond écologique. À l'heure actuelle, aucun pays ne parvient à vivre « dans le donut ». Au sein d'un réseau international de chercheurs et chercheuses, nous réfléchissons à un autre concept, celui de « couloirs de consommation ». Les couloirs se définissent par un seuil minimum et un seuil maximum de la consommation ; au-delà d'une limite supérieure, la consommation de certaines personnes peut nuire à la capacité d'autres personnes à subvenir à leurs besoins.



**Justement, cela soulève une question cruciale. Comment faire en sorte que le changement de paradigme nécessaire n'entraîne pas une aggravation des inégalités sociales ?**

La question de la justice sociale doit rester au cœur des réflexions. La justice distributionnelle relève de la distribution équitable des ressources ; c'est une notion connue dans les débats écologiques. Or, la justice procédurale est tout aussi importante, car cela attire notre attention sur les dynamiques de pouvoir dans les processus décisionnels. Cela nous pousse à réfléchir à quelles personnes sont incluses ou exclues des instances décisionnelles, par exemple. Sans ignorer les risques liés aux processus participatifs, la délibération autour des besoins humains et les modalités de les satisfaire devraient passer par un débat sociétal et représentatif. La voix donnée à divers acteurs et actrices dans un tel processus est importante, mais aussi la volonté politique d'y répondre.

**Les limites à la consommation dont vous parlez et les autres mesures légales qui semblent devenir inévitables remettent en question les fondements sacro-saints du libéralisme. Comment sortir de ce qui semble être une aporie ?**

La possibilité de vivre une « bonne vie », et de le faire sans nuire à la capacité d'autres personnes de faire de même, est en péril actuellement en grande partie à cause de ces idées soi-disant sacro-saintes. L'idée du consommateur ou de la consommatrice libre de ses choix est une notion que nous devons remettre en question : derrière tout « choix » individuel, il y a des choix collectifs qui ont été faits en amont –

dans les systèmes d'approvisionnement. Je trouve intéressant de remettre également en question cette notion de « limite », comme étant a priori négative ; des limites existent tout autour de nous : de vitesse, d'accès au crédit, de ce qui est acceptable dans les espaces publics. Il faudrait penser les limites comme une construction sociale établie pour le bien-être de la société, et non pas comme une contrainte.

**L'un des objectifs de la Stratégie pour le développement durable adoptée par le Conseil fédéral est le suivant : « La consommation privée contribue à la réduction de l'utilisation des ressources et ainsi de l'impact environnemental. » Cependant, nous consommons toujours davantage, notamment en matière de mobilité : la Suisse compte à ce jour 40 % de voitures de plus qu'en 1995, alors que la population a augmenté de 20 %. Pourquoi est-il si difficile pour nous de mettre en œuvre les connaissances existantes dans la vie de tous les jours et de renoncer à certains comportements ?**

Des études sur plusieurs décennies démontrent qu'il n'est pas suffisant d'être informé pour ensuite passer à l'action, et que cette action individuelle, si elle a lieu, ne débouchera pas nécessairement sur les changements globaux voulus ou requis. D'où l'importance des approches sociologiques pour comprendre comment le changement social peut être compris, dans toute sa complexité. Les changements techniques sont souvent mis en avant comme la solution ultime, mais rendre des produits ou des services plus efficaces, en termes énergétiques, ne veut pas dire pour autant qu'on en consommera moins. L'effet rebond est bien connu, c'est-à-dire le fait de consommer davantage un produit plus efficace. C'est pour cela que la notion de suffisance ou de sobriété prend toujours plus d'importance.

**À cet égard, la publicité ne nous aide évidemment pas beaucoup... Le journaliste américain Vance Packard a écrit à la fin des années 50 dans son livre « La persuasion clandestine » que les publicitaires pénétraient dans le psychisme des gens comme des voleurs dans l'escalier de service. N'y aurait-il pas lieu d'imposer des limites aussi dans ce domaine ?**

Bien avant Packard, les sociologues Theodor Adorno et Max Horkheimer de l'École de Frankfurt proposaient la notion d'industrie culturelle, une industrie qui cherche à duper les citoyen·ne·s par une forme de « déception massive ». Ayant passé un séjour à Hollywood dans les années 1930, quand l'industrie du cinéma était en plein essor, puis ayant vécu la montée du fascisme en Europe et surtout en Allemagne, Adorno et Horkheimer voyaient toute forme de publicité – pour le cinéma, des produits de consommation ou le régime nazi – comme une manipulation de la population. Il existe aujourd'hui des initiatives pour limiter la publicité, dans les écoles par exemple, voire l'éliminer dans les espaces publics. Or, la pub est une source de revenu importante pour certaines collectivités. On pourrait donc réfléchir aux emplacements,

qui débordent de plus en plus dans les espaces privés, ainsi qu'au contenu des publicités et définir quelle instance devrait avoir le pouvoir décisionnel en la matière.

**La publicité véhicule la représentation d'un mode de vie (censé être) attrayant. Dans le nouveau film documentaire sur Greta Thunberg, « I am Greta », une compagne de lutte des premières heures dit en substance à Greta : nous étions déjà prêts, il ne manquait plus qu'une histoire, ton histoire. Avons-nous besoin de plus d'histoires et de représentations illustrant un mode de consommation durable ?**

Nous avons besoin de mieux comprendre les arrangements socio-matériels qui sous-tendent nos pratiques du quotidien ainsi que les interdépendances économiques et les dynamiques de pouvoir qui font que certaines « habitudes » sont plus ancrées que d'autres. Plus que des histoires, j'essaie de mettre en avant des formes de recherche-action pour des changements de pratiques sociales, par l'apprentissage social et la réflexivité ou encore par des démonstrations réelles autour des changements possibles – dans des living labs, par exemple.

**Peut-on se permettre d'être optimiste pour l'avenir ?**

Nous sommes dans une période d'incertitude, mais je suis optimiste quant à la capacité humaine de trouver des solutions collectives et solidaires pour un bien-être durable.

●  
*Questions de Fabienne Jan et Heinz Nauer*

## Références

Sahakian, Marlyne (2020) : Consommation au temps du Covid-19 : retour vers un futur durable, in : Gamba, Fiorenza et al. : Covid-19. Le regard des sciences sociales, Seismo, pp. 59-70.

Sahakian, Marlyne et Manisha Anantharaman (2020) : What space for public parks in sustainable consumption corridors ? Conceptual reflections on need satisfaction through social practices, in : Sustainability : Science, Practice and Policy, 16/1, pp. 128-142.  
DOI : 10.1080/15487733.2020.1788697

## Marlyne Sahakian

Marlyne Sahakian est docteure en études du développement et professeure assistante en sociologie à l'Université de Genève, spécialisée sur la thématique de la consommation dans une perspective de durabilité. Sa recherche est axée sur le lien entre gestion des ressources, pratiques sociales du quotidien et équité sociale, avec comme approche principale la sociologie de la consommation.

