



## À « Éloge du commerce »... réponse de simplicitaires.

Suite à l'article « Éloge du commerce » de Mme Lysiane Gagnon, journaliste, publié dans La Presse le 23 décembre 2008, nous avons jugé important de faire certaines mises au point.

### *Commerce-simplicité volontaire*

Malgré ce que vous mentionnez Mme Gagnon, les adeptes de la simplicité volontaire ne sont pas opposés au commerce. Là où le bât blesse, c'est le courant de surconsommation dans lequel les citoyens sont entraînés par la combinaison du marketing, du crédit facile, de la mode, de l'obsolescence planifiée, etc. Le mode de vie qui en résulte, lequel devrait apporter le bonheur, mène plutôt à des excès nuisant fortement à la qualité de vie. En effet, un grand nombre d'individus et de familles vivent : surendettés, haussent leurs heures de travail, endurent un stress excessif, « subissent des burn-out », vivent des détresses psychologiques, ont des problèmes de santé, etc. Pour ne citer que l'exemple de l'endettement, selon l'Institut Vanier de la famille, depuis 1990 l'endettement augmente 7 fois plus vite que le revenu atteignant un taux de 131% en 2007.

### *Consommation-environnement*

En faisant l'éloge du commerce, vous avez éludé complètement un de ses aspects majeurs, soit les effets de la consommation sur l'environnement. On ne peut plus nier les conséquences désastreuses de la production et de la consommation de tous ces biens sur la planète, dû à la surexploitation des ressources, la dépense énergétique et la pollution. Ne jouons plus à l'autruche ! Consommation et destruction de l'environnement sont en lien direct et la Terre a même dépassée ses limites !

### *Cadeaux-amour*

Dans votre texte, vu la proximité de la fête de Noël, vous attachez beaucoup d'importance aux cadeaux. Vous reliez le fait de donner des cadeaux commerciaux à l'expression de l'amour. Oui le don est un geste significatif et agréable autant pour le donateur que le bénéficiaire. Notre opinion diffère toutefois sur « ce que l'on donne ». Pour nous, il n'est pas nécessaire que les cadeaux soient matériels ou commerciaux pour faire plaisir. Même que le



contraire est préférable car, selon le sociologue Zygmunt Bauman, c'est par compensation, par manque de temps et parce qu'ils travaillent pour consommer, que les parents achètent des objets pour exprimer leur amour à leurs enfants. Ultimement, les enfants en viennent à ne plus pouvoir associer l'amour à autre chose que des objets. Nous proposons plutôt des cadeaux de temps, d'expérience, reliés à la culture et au savoir, faits à la main, etc. La valeur d'un cadeau, pour nous, n'est pas associée à sa valeur monétaire !

### *Besoins-luxe*

Vous écrivez que *«s'il fallait ne s'en tenir qu'aux objets de première nécessité nous cheminerions dans la vie (...) sans plaisir, sans émotion»*. Bien que la simplicité volontaire promeuve une consommation en fonction de ses besoins et non de ses moyens, doit-on la réduire aux besoins primaires ? Nous ne faisons pas que manger, boire et dormir ! Au contraire, la base même de la simplicité volontaire est d'arriver à satisfaire les besoins des niveaux supérieurs de la pyramide de Maslow : épanouissement personnel, relations humaines harmonieuses et développement spirituel. Ceci nous enrichit bien au-delà de la consommation de biens de luxe qui n'apportent qu'un plaisir éphémère.

### *Simplicité-nature humaine*

Vous mentionnez aussi que la simplicité volontaire n'est pas dans la nature humaine. Sachez que la recherche de la vie simple remonte bien avant les puritains. Les premiers à en parler ont été les grands philosophes et religieux de ce monde : Socrate, Épicure, Bouddha, St-François d'Assise, et autres. L'homme est fondamentalement un être social, avec des valeurs de compassion, de solidarité et de justice. Ce sont celles qui guident les adeptes de la simplicité volontaire. Les valeurs associées à l'argent et à la consommation sont plus superficielles et donc en dehors de la nature même de l'homme. Avant de mourir, les individus ne cherchent-ils pas à revenir à l'essentiel ?

### *Que de qualificatifs !*

Mme Gagnon, vous semblez chercher une façon de nous identifier : *«oiseaux de malheur, originaux, à l'âge des cavernes, néo-puritains, rabat-joie, de principe monastique...»*. Nous vous informons que le terme officiel est : SIMPLICITAIRE. De plus, il résulte d'une récente étude québécoise sur le sujet que les simplicitaires interviewés retirent une grande satisfaction à vivre en cohérence avec leurs valeurs et se considèrent tout à fait heureux !



Monique Côté, M.A.

Vice présidente du Réseau québécois pour la simplicité volontaire  
Coordonnatrice du Groupe de simplicité volontaire de Québec

Pascal Grenier

Administrateur du Réseau québécois pour la simplicité volontaire  
Président du Groupe de simplicité volontaire de Québec