

## Le Monde

## Nom de la source

Le Monde (site web)

## Type de source

Presse • Presse Web

## Périodicité

En continu

## Couverture géographique

Internationale

## Provenance

France

Jeudi 2 juin 2022 • 09:02 UTC +0200

Le Monde (site web) • 947 mots

## « Acheter agit comme une drogue, le bien-être est alors un leurre »

Juliette Garnier

**Didier Courbet**, professeur à Aix-Marseille Université, souligne la responsabilité des médias et des réseaux sociaux dans ce processus.

Dans les sociétés occidentales, où le modèle est celui du matérialisme, l'acte de consommer procure un sentiment de bien-être. Mais c'est un leurre, détaille **Didier Courbet**, professeur à Aix-Marseille Université. **Didier Courbet**, professeur à l'université d'Aix-Marseille, est coauteur du livre *Connectés et heureux* (Dunod, 2021), avec Marie-Pierre Fourquet-**Courbet**.

Vous développez la thèse selon laquelle le matérialisme est une illusion de bonheur. Pourquoi ?

Parce qu'on se trompe. Les recherches menées depuis une dizaine d'années montrent clairement que l'être humain fait fausse route : celui qui est préoccupé par le matérialisme est plus malheureux que les autres. Ce n'est pas dans le matérialisme qu'on trouve le bonheur. Posséder et utiliser un objet ne procure qu'une satisfaction à court terme. Le phénomène psychologique et de communication est celui de l'adaptation hédonique. Plus on achète, plus on a de petits plaisirs, plus on cherche à avoir davantage de ces petits plaisirs. Cela agit comme une drogue. Le bien-être est alors un leurre. Ce qui va à l'encontre du réel bonheur qu'on trouve dans le sens de sa vie.

Pourquoi est-il si compliqué de modérer notre consommation ?

D'abord, pour des raisons d'imaginaires culturels. Notre société nous incite à avoir une identité par les objets, par les produits. Les réseaux sociaux et la publicité nous dictent d'avoir une image sociale. Les adolescents s'achètent des baskets de marque pour l'identité sociale qu'elles procurent, le groupe dont elles leur permettent de faire partie.

« Il faut se poser les bonnes questions. En ai-je besoin ? Est-ce un produit bon pour l'environnement ? Cette basket vaut-elle si cher ? Il nous faut reprendre le contrôle »

Par ailleurs, le cerveau humain est toujours attiré par le plaisir immédiat. Difficile d'y résister. C'est, par exemple, le plaisir d'une canette de soda sucré. Enfin, le narcissisme de l'être humain est sans cesse activé par la publicité et les médias. Ils nous disent que, pour avoir confiance en nous-mêmes ou être désirables, il nous faut acheter un vêtement, un parfum ou tout autre produit. Pourquoi éprouve-t-on ces besoins narcissiques ? Par manque affectif que le cerveau va vouloir combler. Le problème entre matérialisme et bonheur commence très tôt chez les enfants : des recherches montrent que, dès 9 ans, plus les enfants sont matérialistes, plus ils re-

© 2022 SA Le Monde. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



Certificat émis le 3 juin 2022 à Université-de-Toulon à des fins de visualisation personnelle et temporaire.

news-20220602-LMF-6128606\_3234

gardent les publicités, et moins ils sont heureux.

C'est ce qui explique l'addiction à la consommation...

Je préfère employer ce mot d'« addiction » pour les pathologies. Il faudrait plutôt parler de la difficulté de s'arrêter. Notre éducation nous apprend mal à combler nos manques affectifs par des plaisirs sains, qui peuvent exiger des efforts. Pour perdre du poids, vous achèterez une crème pour mincir, plutôt que de faire un régime. L'être humain va toujours à la facilité.

Le principal frein à la sobriété est-il alors notre cerveau ?

C'est un frein, car il a tendance à chercher la satisfaction de pulsions de base, à sécréter les hormones du plaisir et à toujours les retrouver. L'environnement social centré sur l'hyper-consommation, la publicité et les stéréotypes du bonheur montrés dans les médias, comme dans les films, sont d'autres freins puissants.

Comment y remédier ?

C'est très délicat. Notre société est profondément structurée sur l'économie. Dans toutes les sociétés occidentales, le modèle est celui du matérialisme et de la consommation. Et ce, même si les familles souhaitent une autre éducation ou un autre modèle pour leurs enfants. Il faudrait changer les fondements de notre société. Tant que ce ne sera pas fait, nous serons toujours exposés à un environnement qui nous tente avec des produits mauvais pour notre santé, notre planète. D'autant que la publicité et les médias nous incitent, sans qu'on en ait toujours conscience, à l'achat. Les réseaux sociaux, où la publicité est

cachée grâce aux méthodes de native advertising [des publicités qui reprennent la charte graphique de leur environnement d'accueil], nous abreuvent de ces messages qui agissent sur notre inconscient.

Quelles sont les règles à s'appliquer à soi-même ?

Lors de l'achat d'un produit, il faut remettre du conscient. C'est-à-dire, avoir conscience de la façon dont l'être humain fonctionne, de la façon dont notre cerveau agit, de nos faiblesses. J'admets que cela peut-être assez épuisant. Mais il faut se poser les bonnes questions. En ai-je besoin ? Est-ce un produit bon pour l'environnement ? Cette basket vaut-elle si cher ? Il nous faut reprendre le contrôle. Et c'est aux médias, aux journalistes et aux autorités publiques de susciter ce déclic pour nous « reprogrammer ».

Tout cela n'est-il pas désespérant ?

Non, il y a de vraies solutions. Je crois beaucoup à l'intelligence numérique. Comme une partie du problème vient des médias et des écrans, Il faut tenter de moins passer de temps sur les écrans. Très tôt, il faut développer chez l'enfant et l'adolescent l'envie de donner du sens à sa vie. C'est-à-dire, l'inciter à s'engager dans des activités qui ne sont pas liées au matériel. Par exemple, l'inciter à trouver son identité sociale et son bien-être en dehors de tout acte de consommation : dans les liens avec les autres, dans les loisirs artistiques, culturels ou sportifs passionnants. Chez les adultes, cela fonctionne bien également, des recherches montrent qu'ils sont alors bien plus heureux sur le long terme.

**Cet article est paru dans Le Monde**

**(site web)**

[https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/06/02/acheter-agit-comme-une-drogue-le-bien-etre-est-alors-un-leurre\\_6128606\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/06/02/acheter-agit-comme-une-drogue-le-bien-etre-est-alors-un-leurre_6128606_3234.html)

**Note(s) :**

Mis à jour : 2022-06-02 09:30 UTC +0200