

Décroissance
Décomplexée

Mathilde Galy
Mémoire de recherche professionnel
DSAA design mention graphisme
L•A•A•B de Rennes
Promotion 2021-2023

7. Introduction
11. Chapitre I. Susciter une perception plus apaisée de la décroissance chez les baby-boomers
 13. Partie 1. Une perception de la décroissance erronée, un frein à sa bonne compréhension
 13. A. La sémantique de la décroissance, ses forces et ses limites
 15. B. S'émanciper des représentations faussées de la décroissance
 16. C. Véhiculer des sensations positives
 18. Partie 2. Tout un paysage informatif passé à déconstruire
 18. A. État des lieux des mythes de construction culturelle associée aux Trente Glorieuses.
 19. B. Requestionner les valeurs consuméristes induites par la publicité
 21. C. Reformuler les moyens de visualisations biaisés
25. Chapitre 2. Encourager des initiatives décroissantes, en proposant des clés et outils pour passer à l'action
 27. Partie 1. La dimension individuelle
 27. A. La gamification, une posture davantage légère pour aborder le changement
 29. B. Le design pédagogique, la clé pour passer à l'action
 31. Partie 2. La dimension collective comme impulsion d'initiatives décroissantes conviviales
 32. A. Renforcer l'implication par le design collaboratif
 33. B. Valoriser la transmission comme dynamique sociale positive
35. Conclusion et remerciements
Bibliographie

Chapitre I. Susciter une perception plus apaisée de la décroissance chez les baby-boomers

Cette intelligence commune qui nous permet de nous confronter à des problématiques et d'œuvrer pour le bien commun, passe par le biais de notre paysage visuel, informatif et lexical. Il guide notre perception, nos comportements et notre approche du monde. Cependant lorsque celui-ci porte en lui des considérations inadaptées aux enjeux sociaux et environnementaux, ou une connotation biaisée, cela peut avoir une incidence directe sur la façon dont on considérera et réagira à cette problématique-là.

Je souhaite, dans cette partie, m'interroger sur la façon dont le designer graphique peut véhiculer des sensations positives, de la part des baby-boomers, pour la décroissance. Tout en déconstruisant et reformulant des représentations, mythes et valeurs à l'encontre de tous consensus écologiques, issues des Trente Glorieuses.

Afin de développer mon propos, je me questionnerai, dans un premier temps, sur les influences qui entravent la bonne compréhension du concept de la décroissance, du point de vue des baby-boomers, au travers d'une approche militante. Ainsi que les représentations, moyens de visualisations et mythes qui alimentent les préjugés. Nous verrons comment un design engagé permet de susciter une perception plus apaisée de la décroissance, prenant le contre-pied des représentations faussées, tout en ramenant un climat davantage propice à la déconstruction.

Dans un second temps et une fois ce travail d'a priori achevé, je m'interrogerai sur les freins qui maintiennent l'inaction. Et en quoi une posture de design davantage ludique et pédagogique peut-elle encourager des initiatives décroissantes. Je me pencherai également sur la place du design social et de la dimension collective, au sein d'un processus de transmission, comme clés d'une décroissance collective davantage apaisée.

Le plus grand défi de notre époque est sans équivoque possible, l'enjeu environnemental lié au réchauffement climatique et à l'épuisement des ressources globales de notre planète. Le réchauffement climatique se définit¹ comme étant une modification du climat de la Terre, caractérisée par un accroissement de la température moyenne à sa surface. Tout cela étant la résultante de l'Anthropocène, un néologisme formulé dans les années 1980 par l'écologiste Eugene Filmore Stoermer, qui exprime l'époque géologique à partir de laquelle l'être humain a eu des répercussions notables à l'échelle de l'histoire de la planète. Victor Papanek, designer, auteur, enseignant et militant écologique, souligne à ce propos et à juste titre que « nous avons tendance à oublier que presque toutes les altérations majeures de la planète portent notre marque² ». En effet, le réchauffement climatique est la conséquence des activités humaines et des émissions de gaz à effet de serre qu'elles génèrent. Les répercussions sur l'Homme et l'environnement sont considérables, cependant on arrive à dissocier les conséquences directes³ du réchauffement climatique, des répercussions indirectes⁴.

Un principe de « limites planétaires » avait été conceptualisé⁵ en 2009, permettant de délimiter un seuil à partir duquel le dépassement est considéré comme irréversible, puisqu'il porte atteinte à l'équilibre du système. Réparties selon neuf catégories (Annexe 1), six d'entre elles ont déjà été dépassées, dont deux, cette année.

Afin d'évaluer l'évolution du climat et de mieux comprendre les causes et les conséquences du changement climatique, un organisme intergouvernemental avait été créé en 1988, à la suite d'une initiative politique internationale, nommé GIEC⁶. Les différents rapports⁷ issus de ce groupe intergouvernemental proviennent de publications scientifiques, techniques et socio-économiques et leurs principales missions sont de faire un état, le plus avancé possible, de la planète et de l'évolution du climat⁸.

Aujourd'hui, pour la publication du dernier rapport⁹ en date, il peut déjà avancer que la progression du réchauffement climatique face à la capacité d'adaptation de l'être humain et de la terre ne nous permet pas de respecter nos objectifs. En effet, lors de la COP 21¹⁰ en 2015, le seuil de température¹¹, ayant pour objectif la limitation du réchauffement climatique, n'a finalement pas été respectée par les gouvernements et est désormais devenue « hors d'atteinte » puisque nous sommes déjà à +1,1°C, et qu'elle sera, d'après eux, dépassée d'ici 2035 environ. Ils sont formels, tout cela va s'accompagner d'une hausse de plus en plus rapide du niveau des océans et d'une intensification des phénomènes de catastrophes naturelles en affirmant pour la première fois que l'Homme est à 100 % responsable du réchauffement climatique.

Le deuxième volet insiste sur l'insuffisance des efforts et le degré de répercussions irréversibles sur la planète que l'on s'appête à vivre et qui sont déjà en cours, si des mesures plus strictes ne sont pas prises. Il insiste sur l'impact en matière de santé tant physique que mentale et sur l'accroissement des inégalités et de la pauvreté.

Le troisième et dernier volet de ce rapport, résume les préconisations à suivre afin d'atteindre les objectifs fixés à +1,5 °C par rapport

¹ D'après la définition du Larousse.
² Victor PAPANÉK, Design pour un monde réel, Dijon, Les presses du réel, 2021, p.293.
³ Hausse des températures maximales et minimales, intensifications des phénomènes météorologiques extrêmes, etc.

⁴ Insécurité liés à alimentation et accès à l'eau potable, prolifération de maladies et de nuisibles, extinctions d'espèces, acidification des océans, accroissement des inégalités, etc.
⁵ Par une équipe internationale de 26 scientifiques suédois dans deux revues scientifiques Nature et Ecology and Society.

⁶ Groupe Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat.
⁷ Ils se déploient en 3 groupes de travail bien distincts : les aspects physiques du système climatique et de l'évolution du climat, vulnérabilités des systèmes socio-économiques et naturels face aux changements climatiques et solutions envisageables afin de

limiter les émissions de gaz à effet de serre et par conséquent le changement climatique.
⁸ Depuis sa création en 1988, le GIEC dresse des rapports plus qu'alarmants, il compte en tout six rapports
⁹ 1^{er} volet publié le 9 août 2021, 2^d volet publié le 28 février 2022 et 3^e volet publié le 4 avril 2022.

¹⁰ « Conférence Of Parties » : La conférence de Paris de 2015 sur les changements climatiques, qui s'est tenue du 30 novembre au 12 décembre 2015 au Bourget en France.
¹¹ Fixé à +1,5 °C d'ici à la fin du siècle et par rapport à l'époque pré-industrielle (avant 1850).

à l'ère pré-industrielle et nous poussent plus que jamais à nous questionner en profondeur sur nos modèles de sociétés et les possibles solutions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre drastiquement.

Dans ce dernier rapport du GIEC, et pour la toute première fois, l'appel à décroître est avancé de manière assumée et cela plusieurs fois dans la partie sur l'adaptation et celle de l'atténuation. C'est une posture ferme qui insiste sur l'incapacité à poursuivre un modèle de croissance, même verte, puisque cela opère un non-sens total si l'on s'en tient à l'idée du rapport Meadows¹², qu'une croissance infinie dans un monde aux ressources finies est physiquement impossible et que donc il est nécessaire de revoir notre modèle en profondeur. « La meilleure énergie est celle qu'on ne consomme pas » avait estimé le ministre de l'écologie Nathalie Kosciusko-Morizet en 2011, en effet c'est sur cette approche du *éviter>changer>améliorer* que le GIEC se repose, il assure que la meilleure façon de réduire notre impact est de ne pas produire au lieu d'envisager des alternatives de nature plutôt hypothétiques.

Pour préciser davantage la notion de décroissance, Timothée Parrique, économiste spécialisé en économie écologique l'a défini comme étant « une réduction planifiée et démocratique de la production et de la consommation dans les pays riches pour réduire les pressions environnementales et les inégalités, tout en améliorant le bien-être¹³ ». Elle pourrait apparaître comme un néologisme, mais n'en est pas pour autant un concept nouveau, puisqu'elle s'était déjà installé dans les années 70 lors du rapport Meadows¹⁴.

Cette injonction à la décroissance collective comme projet de société dans son ensemble est menacée par un modèle qui n'est pas prêt à renoncer à ces idéologies. En effet la décroissance, s'oppose frontalement à toutes les valeurs et philosophies régies par notre siècle et le siècle dernier. Des décennies autour desquelles on nous pousse à valoriser la croissance économique, à fléchir sous le poids de la consommation effrénée, comme le symbole d'une affirmation et d'un accomplissement individuel.

Mon rôle en tant que designer graphique sera alors de créer de nouveaux supports graphiques permettant d'aborder la décroissance de manière décomplexée face à une génération issue d'un contexte économique prospère.

Considérés comme les enfants de la consommation, les baby-boomers sont une génération issue de la période entre 1946 et 1964¹⁵, aussi appelé « les 30 glorieuses¹⁶ ». Symboles d'après-guerre et de forte croissance économique, les baby-boomers se sont construits autour d'un contexte florissant et de développement du niveau de vie. Tout cela laisse présager une plus forte réticence de leur part quant au renoncement à ce modèle de croissance qu'ils ont toujours connu.

On peut déjà quantifier ce manque par le biais d'une étude¹⁷ qui prouve que la consommation de nos aînés est passée de 25,2 % à 32,5 % entre 2005 et 2015. Le professeur Edgar Hertwich du NTNU¹⁸, insiste, de cette façon, sur la génération des baby-boomers comme la génération avec « la pire empreinte carbone ». En effet il explique, « avant, les personnes âgées étaient

économiques. La génération qui a vécu la Seconde Guerre mondiale faisait attention à la façon dont elle utilisait les ressources. Les 'nouvelles personnes âgées' sont différentes ».

C'est donc par le biais des baby-boomers que j'ai décidé d'aborder la thématique de la décroissance. Présentée comme étant une nécessité, il est question de faire évoluer drastiquement notre société et notre approche à la consommation vers un modèle décroissant, afin de faire face à une urgence climatique sans précédent. Tout cela, sous le prisme d'une génération moins sensible aux questionnements climatiques.

De cette façon, la question que je me pose est :

Par quels moyens le designer graphique peut-il accompagner la décroissance auprès des baby-boomers ?

¹⁸ Université norvégienne de sciences et de technologie.

¹⁷ Heran ZHENG, Yin LONG, Richard WOOD, Daniel MORAN, Zengkai ZHANG, Jing MENG, Kunshuang FENG, Edgar HERTWICH & Dabo GUAN, « Ageing society in developed countries challenges carbon mitigation », Nature Climate Change (en ligne), 9 mars 2022, Consulté le 7 novembre 2022, URL: <https://vu.fr/vjnd>

générationnelle (en ligne), Consulté le 3 novembre 2022, URL: <https://vu.fr/OGDe>

¹⁶ « Les Trente glorieuses » est reprise du titre d'un livre de Jean Fourassit consacré à l'expansion économique sans précédent qu'a connu la France, du lendemain de la Seconde Guerre mondiale jusqu'au choc pétrolier de 1973.

URL: <https://vu.fr/HZbn>.

¹⁴ Intitulé « les limites de la croissance » publié en 1972 par les scientifiques du MIT. Rapport qui appelait une remise en question de la croissance face aux ressources limitées de la Terre.

¹⁵ CGK, « Generational breakdown: info about all of the generations », (CGK) Centre de cinétique

¹² Rapport demandé à des chercheurs du Massachusetts Institute of Technology (MIT) par le Club de Rome en 1970, et publié en anglais en 1972 et en français en 1973.

¹³ PARRIQUE Timothée, « La décroissance, notre seule issue ? », YouTube, 12 avril 2022 [visionnée le 10 novembre 2022], 1 h 39 min.

Partie 1. Une perception de la décroissance erronée, un frein à sa bonne compréhension

Dans un contexte où le capitalisme s'est installé comme modèle dominant de notre société, nous pouvons facilement imaginer que la formulation d'un nouveau schéma décroissant paraît difficile à concevoir par ce qu'il connote. D'autant plus lorsqu'il se présente comme étant l'élément de résolution d'une crise à l'échelle planétaire.

A. La sémantique de la décroissance, ses forces et ses limites

La décroissance dérange et est contestée parce qu'elle s'attaque à un consensus presque indéracinable : la croissance. De ce fait, la décroissance apparaît pour beaucoup comme une réponse ni souhaitable, ni effective. Si l'on s'en tient, selon le Larousse, à sa définition littérale, elle fait, effectivement allusion à un état de ce qui décroît, diminue en hauteur et en volume et tient sa racine du mot « croissance ». On y rajoute le préfixe « dé » du latin « dis », ce qui entre dans la composition des mots pour exprimer la cessation d'un état ou d'une action et insiste davantage sur sa connotation péjorative. En effet cela reviendrait à dire que la décroissance est le contraire de la croissance, hors ce n'est pas le cas, puisque là où la croissance fait allusion à la croissance du PIB¹⁹, la décroissance ne signifie pas pour autant un objectif de décroissance du PIB, ni même une récession.

La décroissance entraîne ainsi de nombreuses confusions. Dans l'inconscient collectif, ses termes sonnent souvent comme un retour à un stade antérieur de notre société. Cette perception est entretenue par des figures influentes comme Emmanuel Macron :

J'entends beaucoup de voix qui s'élèvent pour nous expliquer qu'il faudrait relever la complexité des problèmes contemporains en revenant à la lampe à huile ! Je ne crois pas que le modèle Amish permette de régler les défis de l'écologie contemporaine²⁰.

centaine d'entrepreneurs et
entrepreneuses de la « French
Tech » au sujet de la 5G.

¹⁹ PIB : Le produit intérieur brut
aux prix du marché vise à mesurer
la richesse créée par tous les
agents, privés et publics, sur un
territoire national pendant une
période donnée, définition selon
l'INSEE.

²⁰ Discours du président de la
république, à l'Élysée, le lundi
14 septembre 2020, devant une

27 Extrait d'un texte intitulé Sur une philosophie de l'expression, paru dans la revue Poésie 41, 1944. Thierry TERNISSEN D'OUVILLE, « Mai nommer un objet, c'est ajouter au malheur de ce monde », Entre passé et futur [en ligne], 29 octobre 2020, [Consulté le 27 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/Rj0X>

25 Réponse de Aurélien BARREAU à l'interview de Carole GUILBAUD. Il fait une révolution politique, poétique et philosophique, Honfleur (France), Zulma, 2022, p.4

26 Albert Camus est journaliste militant engagé dans la Résistance française et proche des courants libertaires dans les combats moraux de l'après-guerre.

23 La croissance verte est un mythe, elle donne l'illusion de pouvoir continuer à produire et consommer plus grâce au progrès technique.

24 Aurélien Barrau, est un astrophysicien et philosophe français. Il est aussi militant écologiste et favorable à la décroissance.

ne font pas la différence entre l'innovation et le progrès. Une innovation n'est pas forcément un progrès – pensons aux armes biologiques ou aux techniques de spam sur Internet. Une innovation, c'est une nouvelle réponse à un problème », extrait de l'interview de l'imothée PARRIQUE intitulé Imaginer l'économie de demain : la décroissance, réalisé par bonpote.com, juin 2020.

21 Tweet réalisé en 2020, par bonpote.com suite à la lecture des travaux d'Hickel, Kallis et Parrique parus en 2020, pour répondre aux contestataires de la décroissance qui comparent la récession et la COVID-19 avec la décroissance.

22 « Les gens qui fustigent la décroissance pour son caractère soi-disant « anti-innovation »

Ce discours est symptomatique d'une forte réticence, face à l'adoption d'un modèle décroissant. Il fait ainsi l'amalgame entre décroissance et archaïsme de façon à discréditer l'idée. L'alimentation de cette méfiance passe aussi par l'association que l'on fait entre décroissance et récession, ce à quoi les décroissants répondent :

Assimiler une pandémie à la décroissance juste parce qu'elle provoque une baisse du PIB est aussi absurde que de décrire une amputation comme un régime juste parce qu'elle engendre une perte de poids²¹.

La décroissance est aussi très souvent renvoyée à une injustice pour ceux qui ont moins, un anti-progrès et une anti-technologie, etc. Mais elle est bel et bien une démarche volontaire et démocratique, une justice sociale et un équilibre entre économie et monde du vivant, tout en étant au service du progrès²².

Un vocabulaire plus apaisé s'est emparé des médias et des discours politiques afin de faire face à une opinion publique évasive face à la nécessité d'opérer une rupture de cette religion de la décroissance. Les notions de « sobriété », de « croissance verte » et ou de « post-croissance » ont fait surface pour répondre aux préjugés et associations d'idées auxquels la décroissance pouvait renvoyer. Cependant, au-delà de rectifier et d'apaiser la symbolique de la décroissance, ces propositions formules des ambitions parfois différentes voire contraires²³ et pose problème face au choix de la bonne direction à prendre. D'autant plus que la formulation d'un mot impacte sa réception tout comme elle impact les actions qui en découlent.

Si cette posture, pour exprimer la décroissance permet de mieux l'appréhender, elle lui enlève néanmoins l'une de ses plus grandes forces : guider l'individu vers l'action qu'elle induit : celle de « ralentir » notre consommation et notre production. Elle permet aussi d'exprimer, sans faire de détour, le caractère radical de l'approche face à l'ampleur de l'enjeu. D'après Aurélien Barrau²⁴, l'importance des mots et de leurs justesses dans l'appréhension d'un phénomène aussi important que celui du réchauffement climatique est primordial :

C'est une question très lourde. Trop lourde pour qu'il soit possible d'y répondre sans inconfort. Il est vrai que le champ lexical importe. Je suis las de l'emploi quasi systématique de termes édulcorés pour désigner des drames majeurs tandis qu'une diabolisation immodérée de toute subversion se déploie parallèlement et subrepticement [...]. J'avoue peiner à imaginer une situation qui pourrait, plus que celle-ci, mériter l'emploi d'un vocabulaire emphatique et radical²⁵.

D'après lui, « la langue participe de l'invisibilité des problèmes » et la justesse se doit « d'être une exigence première ». Comme le concevait Albert Camus²⁶ : « La critique du langage ne peut éluder ce fait que nos paroles nous engagent et que nous devons leur être fidèle. Mal nommer un objet, c'est ajouter au malheur de ce monde²⁷ ».

Bien nommer la décroissance (Annexe 4) est une façon d'affirmer sa démarche radicale face à la remise en question de mythes de la croissance

en avant les indicateurs alternatifs existants, me permettrait d'opérer un processus de déconstruction par le biais d'une approche de design pédagogique. En interrogeant les mécanismes présents de représentation biaisés, cela me permettrait de corriger les perceptions des baby-boomers et de les rediriger, de manière à ce qu'elles soient plus efficaces et durables. De cette façon les baby-boomers pourront être amenés à percevoir la décroissance autrement.

Un processus de déconstruction se déploie, selon Alexia Damois⁵⁰, en six étapes : prise de conscience, remise en question, recherche active d'informations, ouverture au partage d'expériences, etc. Cette reformulation des outils de perceptions serait ainsi une façon pour l'utilisateur d'opérer les premières étapes d'une déconstruction : premièrement une prise de conscience par l'objet qu'elle questionne et deuxièmement une remise en question par la reformulation plus efficace qu'elle propose. C'est de cette intention que découle mon dispositif pédagogique qui se présente comme reformulation des normes pédagogiques issues des Trente Glorieuses, à l'intention des baby-boomers.

Cependant, une fois ce travail de déconstruction achevé, par quels moyens le designer graphique peut-il encourager les baby-boomers à passer à l'action et à formuler des réflexes décroissants ?

50 Diplômée de littérature et de science politique, chercheuse en études de genre. Alexia DAMOIS, « Déconstruction », Causes féministes, les études féministes vulgarisés [en ligne], 9 février 2021, [Consulté le 9 novembre 2022]. URL : <https://causesfeministes.com>

enseigné à l'école et il participe à invisibiliser les limites planétaires entre autres, puisque sa logique de construction⁴⁷ induit qu'il ne peut y avoir de limite à la croissance.

Pour pallier ce manque de justesse dans la représentation et au regard des enjeux sociaux et environnementaux, de nombreux indicateurs alternatifs ont été formulés pour révéler les failles de cet indicateur comme le *Happy Planet Index*^[Fig11], par exemple, qui mesure le degré de bonheur d'un pays. C'est une réponse au PIB qui prend seulement en considération les valeurs monétaires d'un pays, ce qui signifie que tout ce qui ne peut pas se quantifier en monnaie n'est pas comptabilisé, mais n'en exprime pas moins son importance (bien-être, ressources naturelles, etc).

[Fig11] James Ryder, Andrew Halloway, *The Happy Planet Index, 2021*, carte interactive, site internet.

[Fig12] Bunpei Yorifuji, *La vie merveilleuse des éléments, 2018*, édition illustrée

[Fig13] Naomi Prost-Kasbi, *Hors jeu !, 2021*, édition

Il serait intéressant, par le biais d'un dispositif pédagogique, de proposer une réinterprétation visuelle des outils de représentations. En effet, nombreux s'avèrent occulter la dimension environnementale. Ce dispositif pourrait se présenter sous la forme d'une édition, distribuée lors d'ateliers (partie II-1) ou accessible en libre-service à l'accueil de l'OPAR⁴⁸ (Annexe 6). Elle pourrait prendre la forme d'un cahier de vacances, version séniors, pour travailler sur sa mémoire tout en ramenant la question de l'environnement au cœur de l'apprentissage. Cette édition proposerait différents jeux reprenant les représentations auparavant enseignées pour en révéler les éléments occultés, par l'intervention, la reformulation ou encore la caricature. Comme réinterpréter le tableau périodique des éléments en mettant en avant leurs différents niveaux de toxicité pour la planète, à quel fin ils sont utilisés et lesquels faudrait-il limiter (métaux lourds, etc.). Ou encore reformuler la frise chronologique en insistant seulement sur les dates clés ayant un impact positif comme négatif sur l'environnement. Les usagers pourraient intervenir par différentes actions comme remplir, relier ou encore replacer, suivant les consignes. L'idée est alors, d'encourager les usagers chez eux ou à l'OPAR (Annexe 7), entre amis ou avec la famille, à porter un regard davantage critique sur ces outils tout en s'amusant et en travaillant leurs logiques et leurs mémoires par l'apprentissage.

Graphiquement il pourrait être intéressant, à l'image de l'édition pédagogique de Bunpei Yorifuji, intitulé *La vie merveilleuse des éléments*^[Fig12] de proposer une reformulation visuelle illustrée, davantage ludique, ici du tableau de Mendeleïev. Chaque élément est illustré et personnifié par la présence de personnages qui les incarnent, c'est une représentation alternative, plus ludique et plus didactique.

Le projet intitulé *Hors jeu !*^[Fig13] Réalisé par Naomi Prost-Kasbi en 2021, s'intéresse de cette même façon à « ressusciter » l'imaginaire collectif des jeux d'antan tel que les rébus ou mots fléchés, par la reformulation graphique au travers d'un « cahier de plage pour tous ». Ce qui est intéressant, c'est de reprendre des codes passés et de les reformuler, ici par le graphisme qu'elle choisit neutre pour parler au plus grand nombre puisqu'ils « s'ancrent dans aucune époque et aucun genre particulier, pour que cette édition puisse parler à tous et être intemporelle⁴⁹ ».

Le fait de proposer de nouveaux indicateurs alternatifs, ou de mettre

infinie. C'est un « slogan provocateur » d'après Vincent Liegey²⁸ pour faire face aux idéologies destructrices de nos sociétés.

Il me paraît alors important, de se questionner sur la façon, dont je peux, en tant que designer graphique, participer à la visibilisation de ce concept tout en n'alimentant pas des préjugés auxquels on l'y associe.

B. S'émanciper des représentations faussées de la décroissance

En abordant la décroissance, il est important de ne pas entretenir une vision erronée en soutenant une impression de privation, de restriction ou encore de frustration. Le travail de Pol Pintó intitulé *A-croixement, 2015*^[Fig1], porte d'après moi cette limite. Son projet remet en question le système capitaliste et la société de consommation dans laquelle nous sommes inscrits en invitant à décroître. « Croixement » en catalan se traduit par la croissance, le préfixe « A » lui donne le sens de décroissance, c'est autour de cette idée que sa communication tourne. Un jeu de composition typographique consistant à tourner le « A » vers le bas, comme l'expression d'un modèle qu'on renverse, celui de la croissance. L'inclinaison du « A » ainsi que son anatomie, permettent de faire l'analogie avec l'idée d'une flèche dirigée vers le bas, elle agit comme l'expression de la marche à suivre : décroître. Le traitement plastique imparfait de la lettre ainsi que les choix colorés du noir, bleu et rouge nous renseigne sur le mode d'impression de cette affiche, celui du tampon. Ce jeu typographique s'accorde avec un slogan en Catalan « Un estil de vida més simple²⁹ ». C'est ce qu'a essayé de traduire Pol Pintó par sa démarche écoresponsable qui s'exprime par une impression manuelle moins énergivore. Cette démarche d'écodesign³⁰, il l'utilise comme contrainte guidant sa création et influençant ces choix plastiques et techniques. Il se réapproprie, de cette façon, les codes associés aux actions populaires, qui consistent entre autres à imprimer avec peu de moyens. Ce qui est en effet intéressant et tout à fait pertinent au regard de la thématique abordée.

Seulement, d'après-moi, cette contrainte prend le dessus sur la forme finale de la production et sur la réception de l'information par l'émotion produite. Elle exprime une forme de rigidité par l'utilisation d'une typographie grasse, sans empattement, en haut de casse et en pleine page mais aussi une forme de pauvreté créative par le manque de générosité formelle et de liberté que semble imposer l'outil. Tout cela participe à accentuer ce sentiment de lourdeur et de rigidité. Hors l'objectif est d'adoucir la perception de la décroissance et de déconstruire les à priori. Il aurait pu être intéressant de se servir des contraintes écoresponsables pour explorer des techniques innovantes, permettant un élargissement de la palette de couleurs par des pigments naturels ou encore d'un vocabulaire formel plus riche comme par la création de ses propres outils par exemple. Il s'attache à traduire la simplicité dans les modes de vie par une utilisation de la sobriété dans l'affiche, seulement d'après moi elle sonne davantage comme l'expression d'une forme de pauvreté dans l'outil et une limite dans l'inventivité.

[Fig1] Pol Pintó intitulé, *A-croixement, 2015*, affiches A3

³⁰ L'éco-design, également appelé écoconception vise à repenser toutes les étapes du cycle de vie d'une production, de manière à la rendre davantage responsable et durable.

²⁸ Ingénieur, chercheur interdisciplinaire, essayiste, et conférencier. Il est objecteur de croissance et prône une transition démocratique et serine vers de nouveaux modèles de société basés sur la décroissance, la convivialité et l'autonomie.

²⁹ « Un mode de vie plus simple » en Français.

en leur proposant des activités et animations favorisant « le bien-être, le lien social, les initiatives, la solidarité et la citoyenneté ».

⁴⁹ PROST-KASBI Naomi, « Hors jeu ! Le cahier de plage pour tous », diplômés d'écoles d'art et de design, Étiapes n°264, novembre - décembre 2021, p87.

⁴⁷ Il est construit autour d'une logique dites « accumulative » et non par un principe de seuil.

⁴⁸ Observatoire et Pôle d'Animation des Retraités Rennais. J'ai choisi d'imprimer mon projet au sein de cette association, un contexte d'intervention très pertinent d'après moi, puisqu'il s'attache au « bien vieillir » des séniors Rennais.

Tout cela, participe à alimenter les à priori au détriment de ce que peut réellement apporter une démarche décroissante, comme l'expression d'une ingéniosité, d'une créativité et d'une propension à se réinventer dans la tempérance.

C'est, entre autres, cette méthode d'écoconception, qu'il me paraît intéressant à développer dans ma démarche. L'utilisation de techniques ingénieuses et plus durables permettrait de répondre à cette nécessité de décroître, tout en exprimant une forme de créativité enthousiaste. Différentes techniques sont intéressantes notamment celle de la sérigraphie écologique qui utilise un système de pochoirs pour remplacer l'encre d'insolation. Ou bien l'impression en risographie qui est un procédé froid, sans solvant, avec de l'encre de soja et une meilleure reproductibilité.

Il est aussi possible d'imprimer via un système de pochoirs ou de tampons réalisés en bois ou en carton, plus rapide et reproductible à l'infini. Ils permettent une consommation moindre, si ce n'est nul, d'énergie. L'encre végétale peut venir se greffer en complément (choux rouge, myrtilles, curcuma, etc.). Comme pour le projet de Corentin Balcon, intitulé *DeuxMains* [Fig2], qui s'intéresse aux encres végétales comme un moyen d'impression écoresponsable sur une matière davantage pérenne qu'est le tissu.

L'impression en 3D avec des fibres recyclées ou naturelles, permet d'aborder une approche en volume.

Et enfin, l'utilisation d'une brodeuse numérique permet, tout comme les tampons, d'appréhender des supports différents et davantage pérennes. De plus en plus de techniques graphiques sont déployés dans le but de réduire la consommation d'encre et d'énergie, comme l'utilisation de la trame pour remplacer les aplats ou encore d'éco-typographies. C'est le cas de la typographie *Inferi* [Fig3] qui nécessite moins d'encre par l'affinement de sa graisse. Ou encore de *La Spranq eco font* [Fig4] et de la *Ryman Eco* [Fig5] qui utilisent un moyen graphique d'ajouter leurs caractères et réduire l'encre.

Certes, la technique d'impression vient grandement influencer la forme finie de la production. Cependant elle reste aussi un outil au service de la création. Là où le designer peut davantage avoir une influence sur les émotions c'est par son approche textuelle et iconographique. Il est donc intéressant de se demander comment, je peux, en tant que designer graphique, participer à retravailler positivement l'imaginaire des baby-boomers face à la décroissance ?

C. Véhiculer des sensations positives

Une fois que nous sommes conscients de l'influence des préjugés sur notre perception de la décroissance, il est également important de tenir compte des émotions que celle-ci peut susciter chez les baby-boomers afin de rétablir un climat davantage positif.

Le ton et le traitement graphique à une grande incidence sur la réception de l'information, comme l'illustre le travail de Jamie Bennett, qui choisit, dans son affiche³¹ une approche humoristique et illustrative, pour

31. Affiche à destination de l'initiative d'archive numérique intitulée Designers Against Coronavirus et organisée par CaroselloLab en 2020, ou de nombreux designers, illustrateurs et studios créatifs s'étaient prêtés à l'exercice de s'exprimer autour de l'urgence sanitaire.

[Fig2] Corentin Balcon, *DeuxMains*, 2020, drapeau et broderies en teinture végétale

[Fig3] Blaze Type, *Inferi*, 2021, éco-typographie

[Fig4] Spranq, *Spranq eco font*, 2009, première éco-typographie

[Fig5] Ryman Stationery, *Ryman Eco*, 2014, éco-typographie

comme des « outils de « suggestion » disposés dans notre environnement, supposé nous aider à faire les bons choix, pour notre propre intérêt ou celui de la société » (Annexe 3). En voici un bon exemple, avec l'agence de publicité DDB Stockholm, qui a réalisé une campagne qui exprime l'idée que « le plaisir est le moyen le plus simple de changer le comportement des gens pour le mieux ». De cette façon ils ont transformé les marches de la station de métro Odenplan à Stockholm en piano. Ce projet intitulé *Piano Stairs* [Fig10], est une expérience publique qui prouve que l'incitation douce permet de transformer les comportements. En effet, 66 % des personnes ont préféré prendre l'escalier musical que l'escalator. Cette installation permet d'inciter les usagers par l'amusement, à avoir un comportement davantage durable et responsable pour l'environnement ainsi que pour leur propre bien-être physique.

La publicité a alimenté et parfois inscrit dans le temps des valeurs et schémas de pensées parfois dépassés, c'est pourquoi il est primordial de déconstruire ces considérations afin de rétablir une certaine éthique et responsabilité de la part des consommateurs. Elle n'est malheureusement pas la seule à entretenir ces mythes et considérations néfastes pour l'environnement. De cette même façon, quelles autres influences conditionnent des modes de pensée non durables et par quel moyen, le designer graphique, peut-il rétablir une forme de justesse ?

C. Reformuler les moyens de visualisations biaisés

Les moyens de visualisation sont nombreux et très souvent utilisés dans le cadre de l'enseignement, comme démonstration visuelle et didactique, des notions et des données. Dans l'éducation, parmi ces outils d'apprentissage il y a notamment les tableaux périodiques en physique chimie, les frises chronologiques en histoire ou encore les cartographies en géographie. Les baby-boomers ont hérité de ces représentations qui portent parfois en elles de nombreuses limites notamment lorsqu'elles sont inscrites et formulées dans un contexte de profusion tel que les 30 glorieuses. Les moyens de représentations comme les cartographies ou encore les datavisualisations, soulèvent des questionnements qui mériteraient d'être davantage interrogés comme l'évoque Johanna Drucker « qui a conçu cet objet, pour qui, et dans quel but ?⁴³ ». En effet comme l'exprime Peter Hall :

Il est difficile de ne pas voir le réductionnisme⁴⁴ à l'œuvre dans un grand nombre de visualisations traduisant la communication humaine en une centaine de points et de lignes de couleurs délicates sur fond noir, comme si on était enfin parvenu à juguler, classer et réorganiser sous une forme raffinée tout le désordre de la vie⁴⁵.

Cette absence de critique à l'égard des systèmes d'informations pose problème.

Le PIB⁴⁶, est un bon exemple pour exprimer l'idée que ces outils de représentations peuvent parfois plus occulter que participer à révéler des choses. En effet, cet indicateur, vieux de presque un siècle, est l'un des indicateurs sur lesquels on focalise le plus notre attention. Il est notamment

[Fig10] DDB Stockholm, *Piano Stairs*, 2010, station de métro Odenplan à Stockholm.

46. « Un indicateur de vitesse de rotation d'une valeur monétaire dans une économie ». PARRIQUE Timothée, « La décroissance, notre seule issue ? » [en ligne], YouTube, 12 avril 2022, visionnée le 10 novembre 2022, 1 h, 39 min 16 s. URL : <https://vu.fr/HZbn>.

à considérer ces derniers comme plus fondamentaux que les phénomènes observés. Définition d'après le Larousse.

45. HALL Peter, « Bulles, lignes et fils : comment la visualisation de l'information façonne-t-elle la société ? », Penser, classer, représenter, Back Office #2, avril 2018, p.64

43. Johanna Drucker, « Humanistic Approaches to the Graphical Expression of Interpretation », conférence HyperStudio Humanities + Digital Visual Interpretation, MIT, Cambridge, MA, 20 mai 2010.

44. Tendance qui consiste à réduire les phénomènes complexes à leurs composants plus simples et

[Fig8] Brandalism, *Tout doit disparaître*, 2015, Affiche sucette

les multinationales. Un exemple parlant, parmi toutes les productions, c'est la reprise du « tout doit disparaître » [Fig8] une formulation largement employée pour exprimer une liquidation, un déstockage lors des soldes par exemple. Le slogan ainsi que les codes formels et typographiques sont mis en avant, avec cette police grasse, qui interpelle et cette forme « bruyante⁴⁰ » qui accompagne la typographie, reprend les codes formels couramment utilisés dans le commerce. Ce qui est intéressant, c'est cette double lecture, d'une part cela fait référence à cette société de consommation, d'autre part à ce qu'elle s'apprête à entraîner : une disparition de la biodiversité, de la nature, si ce modèle se poursuit. La pertinence de cette démarche se retrouve dans la force du réemploi des codes publicitaires, qui au premier abord, nous donne la sensation que c'est une simple affiche commerciale, finalement, si l'usager se rend compte du message, il peut être amené à se remettre en question sur sa place dans ce schéma, et la façon dont il participe et l'alimente.

[Fig9] Guy et Roger Brunel, *Starwax, the fabulous*, 1946, produits ménagers

« Mais comment cultiver le regard de façon à le rendre ouvert, critique et citoyen plutôt que soumis et condamné à ce flot incessant d'ordre, d'injonctions et de messages infantilisants ?⁴¹ », c'est la question que Vincent Perrotet se pose très justement. Il s'interroge sur l'omniprésence de la publicité, qui ancre dans notre inconscient collectif une normalisation de pratiques consuméristes, très largement contestables. Le fait que ce paysage publicitaire ai pris autant de place dans notre quotidien depuis des années, alimente cette passivité et ce manque de discernement, puisque l'on est noyé dans cet océan d'informations nous incitant à consommer toujours plus.

De ce fait il est important de travailler à responsabiliser les consommateurs en abordant une approche plus éthique que celle des publicitaires. Certains codes publicitaires pourraient être intéressants à convoquer, ou à réemployer pour s'adresser aux baby-boomers avec un langage visuel qu'ils connaissent déjà.

En effet, Il pourrait être pertinent pour mes dispositifs, de s'intéresser aux réclames à l'ancienne en reprenant les codes graphiques qui leur sont associés (aplats et couleurs contrastés, linéales et cursives, etc.). Ou en faisant appel à des supports imprimés qu'ils connaissent déjà, comme les coupons de réductions, les magazines ou encore les journaux. Un moyen de capter davantage leur attention, tout en formulant de nouveaux messages, plus durables.

C'est le principe que reprend la marque de produits d'entretien intitulé *Starwax, the fabulous* [Fig 9]. Ces emballages aux codes graphiques d'antan remettent ainsi au goût du jour les codes visuels des années 50 afin de vanter les mérites des ingrédients naturels, efficaces et authentiques d'antan.

Les techniques publicitaires contemporaines peuvent elles aussi être intéressantes à réexploiter. Le street marketing est une stratégie de publicité qui est davantage recherchée afin d'attiser la curiosité des consommateurs, elle utilise la rue comme moyen de se rapprocher du client. Le nudge reprend également cette idée, il se traduit, d'après l'Inserm⁴²

40 Faisant référence aux ventes à la criée.

41 Vincent Perrotet, *Partager le regard*, Texte manifeste, 2013

42 Organisme public français entièrement dédié à la recherche biologique, médicale et sur la santé des populations.

traiter avec plus de légèreté le sujet de l'urgence sanitaire. On peut observer une illustration représentant un chat noir avec un grand sourire [Fig6]. Une contreforme se dessine à l'intérieur de lui, pour laisser apparaître une maison. Le fait que le chat souri, qu'il nous regarde fixement et que cela s'accompagne de l'affirmation « Stay home³² », nous donne la sensation que c'est une demande du chat lui-même. Ce que le reste du slogan affirme avec « your pets Will love you³³ ».

[Fig6] Jamie Bennett, *Stay home*, 2020, affiche

Cette illustratrice a choisi une approche qui fait appel à la compassion en utilisant une formulation qui peut provoquer une forme d'attendrissement. Plus globalement c'est le ton de la dérision qui est mis en avant, par une situation fictive d'un chat qui exprime la nécessité de rester chez soi. Une façon plus douce et enjouée d'inciter les gens à respecter le confinement. Le traitement illustratif naïf alimente cet imaginaire positif associé à l'enfance et la frivolité. Cette réalisation nous donne la sensation qu'il n'y a ni contrainte, ni désavantage à rester chez soi en se focalisant sur les aspects positifs. Ce qui permet ainsi de désamorcer le sujet du confinement et de ne pas contribuer à alimenter cette irritabilité et impatience grandissante de la part des confinés.

Le choix d'un ton humoristique pour mon projet, me paraît très intéressant parce que c'est une façon de pouvoir véhiculer des sensations positives et de favoriser une perception plus adoucie de la décroissance. Tout comme le traitement graphique naïf et illustratif, l'humour et la dérision sont très souvent des approches choisies pour dédramatiser des sujets parfois lourds ou contestés.

Le travail illustratif et didactique de Bunpei Yorifuji [Fig7], exprime bien cette idée avec *Le catalogue de la mort*, paru en 2019. Cette édition illustrée à la fois drôle et érudite, parle de la mort de façon décomplexée. L'illustration naïve et la place de la couleur, participent à rendre ce sujet considéré, dans l'inconscient collectif, sombre, davantage apaisé.

[Fig7] Bunpei YORIFUJI, *Le catalogue de la mort*, 2019, édition illustrée

En créant un univers positif autour de la décroissance, par les choix graphiques et la tonalité, cela permettrait d'installer un climat davantage favorable pour faire évoluer la perception de la décroissance positivement. Cependant, ce travail autour des imaginaires de la décroissance ne nécessite-t-il pas un travail d'introspection en amont, afin de comprendre d'où proviennent ces considérations et de pouvoir les déconstruire ?

32 « Reste à la maison »

33 « Vos animaux de compagnie vous aimeront »

Partie 2. Tout un paysage informatif passé à déconstruire.

« Les Trente Glorieuses », cette expression issue de l'ouvrage de l'économiste Jean Fourastier³⁴ illustre la période séparant la fin de la Seconde Guerre mondiale en 1945, du choc pétrolier en 1973. Elle est caractérisée par une forte croissance géographique, économique et du niveau de vie des pays développés (Annexe 2). Elle change en profondeur les habitudes de vie des Français qui se mettent à consommer davantage et à faire des enfants, ce qui engendre une croissance démographique très importante qui donnera plus tard son nom à la génération dite des « baby-boomers » né entre 1946 et 1964. Cette génération de « non-privation » est le reflet de l'époque dans laquelle elle s'est construite. Il est important de faire l'état des lieux des mythes de construction, afin de mieux comprendre les influences qui les animent et d'appréhender les conditionnements à l'encontre de tous consensus écologiques.

A. État des lieux des mythes de construction culturelle associée aux Trente Glorieuses.

L'un des plus importants mythes dont cette génération a hérité est celui de la croissance infinie. Aujourd'hui ce modèle paie les frais de ses excès, en se confrontant aux limites de l'écosystème lui-même et du bien-être humain³⁵. Il est désormais nécessaire de se défaire de ce schéma trop longtemps glorifié et d'admettre qu'il nous guide tout droit vers une impasse dont on ne saurait se sortir si l'on ne change pas drastiquement et rapidement de modèle.

Cette promesse de croissance infinie, hédoniste³⁶, alimentée par

les 30 glorieuses, a entraîné un autre mythe, celui de la consommation à outrance. Une forme d'individualisme s'exprime, durant ces Trente Glorieuses, notamment par l'acquisition de maisons individuelles « à chacun son home sweet home³⁷ », de voitures individuelles ou encore par la recherche de la réussite professionnelle.

Toutes ces valeurs et idéologies, ne se sont pas inscrites profondément dans les modes de fonctionnement et les aspirations par hasard. Nombreux sont les facteurs qui ont participé à cette aliénation en alimentant les envies et orientant les convictions. En exposant ces facteurs et démontrant leurs limites, je m'interrogerai sur la façon dont le design graphique peut questionner ces croyances et valeurs-là.

B. Questionner les valeurs consuméristes induites par la publicité

Durant les Trente Glorieuses la place de la publicité et des réclames se sont multipliés, et ont joué en ce sens, un rôle très important dans cet accroissement de la consommation en influençant davantage les attitudes vers un modèle consumériste sans précédent. Des symboles marquants de la publicité comme celle de la ménagère ou de la voiture individuelle, influencent les comportements d'achats et alimentent de nouveaux besoins en créant toujours plus d'envies. Victor Papanek s'emparera en 1970 de cette question et insistera sur le rôle du designer et de sa responsabilité en faisant l'analogie entre créations et armes pour sensibiliser aux dérives :

Oui, le designer doit être conscient de sa responsabilité sociale et morale. Le design, en effet, est l'outil le plus efficace que l'homme ait jamais eu pour modeler ses produits, son environnement et, par extension, sa propre personnalité. Ainsi armé, le designer doit analyser le passé tout comme les conséquences prévisibles de ses actes³⁸.

Il insistera davantage sur la place du conditionnement sur le designer lui-même et sa capacité à analyser et questionner ses propres idéologies.

S'intéresser à la publicité et la réclame issue des Trente Glorieuses de façon à réexploiter les codes formels et stratégies de communication à destination des baby-boomers, pourrait être une stratégie pour atteindre et toucher plus facilement mes usagers. Par l'utilisation des codes et logiques qu'ils connaissent il serait intéressant de les détourner afin de les réexploiter, pour dénoncer, en quoi ils peuvent avoir des limites.

C'est cette idée que reprend le collectif Brandalism en 2015 en rassemblant 80 artistes de renommée internationale autour d'une seule et même question : « Comment dénoncer la mainmise des multinationales sur les négociations climatiques durant la COP21³⁹ ». Ainsi, ils investissent 600 espaces publicitaires JCDecaux pour exprimer la corrélation entre « la publicité, le consumérisme, la dépendance aux énergies fossiles et le changement climatique ». Leur stratégie est simple, réemployer les codes associés aux affiches publicitaires et les détourner de façon à desservir

principe de la morale la recherche du plaisir et l'évitement de la souffrance.

[...]. Mais depuis les années 1980, les deux ne sont plus corrélés. La croissance économique se poursuit, tandis que le bien-être des gens stagne, voire décline ». ARTE, « Avons-nous besoin de la croissance économique ? » [en ligne], YouTube, 29 octobre 2022, visionnée le 10 novembre 2022], 29 min 20 s. URL : <https://vu.fr/akia>

36 Doctrines qui prend pour

34 L'économiste Jean Fourastier est le père de l'expression « Les Trente Glorieuses ». Jean FOURASTIER, Les Trente Glorieuses, Paris, Fayard, 1979

35 Comme nous l'explique l'économiste allemande Irmi SEDL. « Le problème avec le PIB c'est qu'on en a fait un indicateur de bien-être et de prospérité

600-affiches-changent-de-nature-dans-paris

37 Facileco, « Les Trente Glorieuses », [economie.gouv.fr \[en ligne\]](https://economie.gouv.fr/en-ligne/), [Consulté le 7 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/RCGj>

38 Victor PAPANÉK, Design pour un monde réel, Dijon, Les presses du réel, 2021, p45

39 Extrait d'un article dans l'étape : <https://etapes.com/brandalism->

Chapitre 2. Encourager des initiatives décroissantes, en proposant des clés et outils pour passer à l'action

Il est important de ne pas sous-estimer les actions individuelles et collectives et leurs impacts à plus grande échelle, puisque comme l'exprime l'article *À quoi servent nos écogestes?* Issu de l'édition Oblik n°8 :

Il apparaît ainsi qu'en adoptant une dizaine d'écogestes, représentant un niveau d'engagement important mais ne nécessitant pas d'investissement financier, il est possible pour chacun d'entre nous de faire baisser son empreinte carbone moyenne de 25 %, ce qui représente un « réel impact »⁵¹.

J'ai pu observer au travers de mon questionnaire (Annexe 5), une tendance davantage consciencieuse de la part des baby-boomers face à leurs impacts sur l'environnement à l'échelle individuelle. Ils se décrivent d'ailleurs⁵², à 60 % plus attentifs qu'avant vis-à-vis de leurs habitudes de consommation. Il reste cependant de nombreuses pratiques qui nécessiteraient d'être améliorés. Bien sûr il est important de ne pas minimiser la prise de conscience des baby-boomers face à la nécessité de changer d'approche en adoptant un mode de vie plus raisonné, mais bien d'encourager davantage des pratiques décroissantes et pour certains les amorcer. D'après mon questionnaire (Annexe 5), ils situent leurs niveaux d'implication et d'engagement vis-à-vis de la cause environnementale, à un stade « faible » pour 25,7 %, face à 22,9 % « impliqué ». Ce questionnaire m'a permis de comprendre ce qui pouvait guider leurs choix, de manière plutôt générale, l'aspect pratique prend largement le dessus face à l'éthique, l'aspect financier et l'aspect social. Tout cela me permet de mieux comprendre ce qui importe le plus, d'après eux et quels moyens stratégiques vont me servir de levier d'actions vers des modes de consommation et des habitudes de vie plus responsables.

L'aspect pratique, par exemple, peut se révéler être un argument très intéressant en faveur d'une consommation plus locale et une valorisation du circuit court. La santé, est, elle aussi un sujet davantage important lié à un âge avancé et peut facilement se corréliser avec une approche plus raisonnée, notamment par les bienfaits que peut avoir une alimentation biologique ou encore d'une diminution du régime carné, etc. L'aspect financier peut s'avérer être, surtout lorsque la retraite se fait basse, une motivation vers un schéma décroissant. Et enfin, l'aspect éthique, avec une attention toute particulière portée à la valorisation des petits commerçants par exemple. Tous ces arguments vont me permettre de guider ma stratégie puisqu'ils peuvent s'avérer être une motivation supplémentaire et de réels arguments en faveur d'actions davantage décroissantes.

Je m'interrogerai alors, dans un premier temps, à la mise en mouvement de soi par des approches ludiques et pédagogiques, comme un moyen d'encourager l'action individuelle décroissante. Puis, dans un second temps, je me questionnerai sur la force de la dimension collective dans l'apprentissage et la transmission.

⁵¹ NAHAPÉTIAN Nairi, « À quoi servent les écogestes? », Y aura-t-il du chauffage à Noël? Et 50 autres questions sur notre addiction à l'énergie, Oblik n°8, octobre 2022, p.85

⁵² Voir mon questionnaire en annexe 5.

Conclusion et remerciements Bibliographie

climatique. Il faut donc réapprendre à se parler, se comprendre, mutualiser les savoirs, en déconstruire d'autres et avancer ensemble vers la voix de la consommation alimentaire plus durable. Ce qui est intéressant dans ce projet c'est la façon dont le designer graphique pousse les usagers à répondre à des questionnements collectivement. La transmission se fait alors au travers d'un dialogue intergénérationnel convivial, déclenché par un système de cartes soulevant différents questionnements. En découle un échange de savoir, d'expériences, qui permet de faire évoluer les mentalités, tout en inscrivant un contexte positif d'apprentissage.

Il serait ainsi intéressant, dans cette même idée, de combiner la valorisation du collectif et de l'intergénérationnel au travers d'un dispositif qui pourrait se greffer à l'atelier formulé dans la partie II-1. Une fois cet atelier fini, une micro-édition de restitution pourrait être distribuée aux usagers afin qu'ils la remplissent avec ce dont ils se souviennent. De cette façon ils pourraient retransmettre à leurs petits-enfants, le savoir qu'ils auraient appris par le biais de ce guide et outil facilitant cette transmission. Mes usagers pourraient ainsi se sentir davantage utiles dans ce combat, au côté de la jeune génération, pour lutter contre le réchauffement climatique. Ce serait un moyen pour les baby-boomers de se réconcilier avec cette culpabilité vis-à-vis de la génération Z⁶⁰ et de mettre à profit leur générativité. Par la démonstration de valeurs, savoirs et gestes davantage responsables, vers une prise de conscience globale. Un moment convivial, de partage, qui participerait à revaloriser les actions décroissantes.

Les moteurs puissants de cette mise en mouvement, sont des facteurs qui ont une influence positive sur l'utilisateur. Le designer graphique, contribue à créer ce climat davantage positif par le biais d'ateliers, de jeux ou d'actions collectives. Il permet de réveiller chez l'utilisateur une curiosité, l'envie de faire. Tout cela inscrit une forme de convivialité, contribuant à retravailler la perception de la décroissance de manière davantage positive.

⁶⁰ La génération Z est la génération des personnes nées entre 1997 et 2010.

Partie 1. La dimension individuelle

L'utilisateur peut avoir du mal à entamer des initiatives décroissantes « J'aimerais être guidée de meilleure façon » (Annexe 5), voici une des réponses issues de mon questionnaire sur la question intitulée « Comment pensez-vous que vous pourriez faire mieux ? Par quelles actions quotidiennes ? ». Il peut en effet exister de nombreux freins à l'inaction, comme le fait de ne pas savoir comment et par quoi commencer pour décroître ou encore le manque d'envie et le désintérêt vis-à-vis de ses actions. De cette façon, je me questionne sur les approches qui peuvent me permettre, en tant que designer graphique, de contrer cet intérêt individuel pour des actions décroissantes et ou cette absence d'idées d'initiatives en ce sens. Mais également sur la façon dont je peux soutenir et favoriser l'émergence de nouveaux comportements décroissants à l'échelle individuelle.

A. La gamification, une posture davantage légère pour aborder le changement

La gamification, peut-être une des réponses face à cet intérêt individuel et plus globalement ce manque d'initiatives décroissantes. En effet la modification des comportements vers des habitudes plus durables peut également passer par une approche davantage ludique. Elle peut permettre à l'utilisateur d'appréhender le changement d'une manière plus légère et moins soucieuse. Forcer de penser que l'un des freins associés à mes usagers, d'un âge relativement avancé, peut-être le changement. Puisque lorsque l'on a inscrit des habitudes dans le temps, il peut être plus difficile de s'en défaire, l'idée de s'en séparer peut même se révéler être une source de stress. Le fait de proposer une approche plus ludique est un moyen d'aborder le changement dans les habitudes, de manière plus apaisée et sereine. En effet, cela permettrait d'inscrire un cadre émotionnel plus positif. L'utilisateur aura, de ce fait, tendance à s'ouvrir davantage en se prêtant à l'exercice. Il sera donc plus facile de proposer des suggestions de changement et des alternatives plus durables.

Le projet de diplôme de Juliette Groussin et Clara Morichon, réalisé en 2019, intitulé *Glaneurs* [Fig14], propose un jeu qui a pour objectif l'élaboration

d'un menu avec la meilleure empreinte écologique possible. Par un système de tirage au sort, des aliments sont imposés afin de composer une recette. Ce qui est intéressant, c'est la façon dont ce jeu valorise la contrainte et le hasard comme un moyen de développer sa créativité. C'est une logique d'autant plus intéressante lorsqu'elle peut s'appliquer comme idéologie dans son quotidien. En effet, elle reprend l'état d'esprit de la décroissance, cette posture qui nous incite à nous adapter aux enjeux environnementaux tout en formulant des alternatives plus responsables. De cette façon, cela requiert de notre part, une nécessité de développer son ingéniosité et sa créativité, pour rendre notre quotidien plus facile, tout en se confrontant à la réduction de son empreinte écologique. Cette posture davantage ludique, est ainsi un prétexte à l'initiation et l'élaboration de nouvelles recettes plus responsables.

[Fig15] Smallbang, Birdlab, 2014, application de science participative

Dans cette même posture de gamification, l'application interactive Birdlab de Smallbang [Fig15], propose un moyen de participer à une vaste expérience scientifique qui a pour but de mieux comprendre les comportements des oiseaux en hiver. Cette application interactive, propose de faire avancer la recherche tout en permettant à l'utilisateur de s'amuser à prendre connaissance de ce qui l'entoure en s'intéressant davantage aux oiseaux et plus largement à la nature. L'utilisateur pourra étudier les actions des oiseaux et apprendre à les connaître de manière ludique par le biais d'un quiz d'entraînement. De cette façon, il orientera son action dans le sens du bien commun tout en apprenant, en s'amusant et en réenchantant son quotidien. En se réappropriant son environnement naturel proche, l'utilisateur est davantage amené à s'intéresser à la nature, pour un meilleur souci de préservation.

Dans ce même principe de gamification, et de réappropriation de son environnement proche au service du bien commun. Il serait intéressant de réaliser un dispositif, qui pourrait se déployer avec l'OPAR (Annexe 6), comme un parcours dans la ville d'après la logique du jeu de piste revisité. L'objectif de ce jeu de piste serait de valoriser les initiatives décroissantes en mettant à l'honneur de potentiels partenaires locaux Rennais au travers d'un parcours. Comme des petits commerces éthiques, des événements hebdomadaires (marchés, etc.), des boutiques de seconde main ou encore des lieux d'initiatives collectives décroissantes (repaire café, jardins collectifs, etc.). Ce parcours pourrait proposer différents itinéraires suivant le temps imparti. Chaque lieu à découvrir, posséderait une balise sur la devanture permettant d'indiquer aux usagers lorsqu'ils ont trouvé. Ces balises pourraient être réalisées avec des matériaux récupérés et pérennes comme du bois ou du tissu et imprimées par un système de pochoirs ou tampons avec des encres naturelles ou des éléments brodés. Ils seraient alors accompagnés d'une cartographie réalisée en risographie, qui permettrait d'expliquer par des légendes ce vocabulaire formel simple, prédéfini. Les indices pourraient eux, s'organiser par un système d'énigmes à retrouver tout au long du parcours ou sur la carte elle-même.

À l'issue de ce jeu de piste, les usagers seraient invités à réaliser, au dos de la carte, une restitution de ce qu'ils ont appris et des lieux qu'ils ont réussis à trouver. À la clé de cette excursion, le gagnant, pourrait repartir avec un lot de produits locaux et raisonnés, proposé par les partenaires. Ce dispositif est une façon d'encourager des habitudes individuelles

au service non plus seulement de la réflexion mais de l'action commune. Il vise à responsabiliser les résidents d'un EHPAD et à les inciter à prendre part à la vie collective de cet établissement. Chaque résident se voit donc attribuer un rôle particulier qu'il incarnera au sein de l'EHPAD. Il pourra être identifié au travers d'un badge brodé selon 3 rôles différents : cafetier, facteur et botaniste. Ce projet est intéressant puisqu'il permet de réinjecter une logique de micro-société au sein d'un EHPAD par l'attribution de rôles. Chacun est donc force de proposition et moteur d'action pour le bon fonctionnement de ce lieu.

Au-delà de pouvoir rétablir une forme d'organisation transversale, la dimension sociale est davantage mobilisée puisqu'elle met un point d'honneur à la cohésion de groupe, la résolution de problèmes et le réenchantement de la vie en communauté. Dans ces projets, le designer graphique se positionne comme facilitateur de cette collaboration en réalisant des supports desquels l'utilisateur va pouvoir s'emparer au profit de cette réflexion et action commune. Le rôle du designer est d'apporter une grille d'aide d'organisation collective. De cette façon les usagers sont accompagnés dans cette invitation à faire collectivement, une fois que c'est fait, c'est désormais à eux de s'emparer et se réapproprier ces outils en les ramenant vers une logique qui leur est davantage personnelle.

Il est alors question de savoir comment cet apprentissage peut-il être mis au service du bien commun et par quels moyens le designer graphique peut-il encourager cet échange ?

B. Valoriser la transmission comme dynamique sociale positive

La collaboration induit cette co-création, mais également, cette transmission, comme un moyen d'étendre son apprentissage à plus loin que soi. Le rôle du designer graphique dans cette approche de transmission collective, peut se traduire par la formulation de dispositifs faisant lien.

Cette idée s'illustre parfaitement par un dispositif intitulé *La Bulloterie* [Fig19], un outil d'échange et de rencontre asynchrone réalisé à l'Édulab Pasteur de Rennes. Ce dispositif permet de rendre tangibles des envies et besoins par un système de modules. Cet outil d'expression et de transmission s'interroge sur cette logique du faire ensemble, de la transmission et du partage comme bien commun. Le rôle du designer graphique est ici, de penser un outil modulable, adaptable pour le rendre plus accessible et intuitif en veillant à ne pas interférer dans cet échange.

Le projet de Juliette Guillory, intitulé *Déclis responsable* [Fig20], réalisé en 2022 exploite également cette force de transmission comme moyen de faire évoluer les mentalités collectivement. Il est alors question de valoriser le lien intergénérationnel au service de cette transmission. Ce projet met ainsi en avant la brèche qui s'est creusée entre deux générations. S'opposent les baby-boomers et les milléniaux⁵⁹. Deux générations qui n'ont pas été confrontés à la même façon de produire ni de consommer, mais qui se retrouvent aujourd'hui avec le même état des lieux, l'urgence

[Fig19] Edulab Pasteur, La Bulloterie, 2022, outil d'échange et de rencontre asynchrone

[Fig20] Juliette Guillory, Déclis responsable, 2022

Z Are – and Arent – Different», Harvard Business Review, 25 août 2017.

⁵⁹ La génération Y, les milléniaux ou les millénariaux regroupent l'ensemble des personnes nées entre le début des années 1980 et la fin des années 1990. Plus précisément, elle débute en 1984 et se terminerait en 1996 selon l'article réalisé par un Henrik Bresnan et Vinika Devasar Rao, intitulé «A Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and

anxiété que les jeunes, peuvent aussi rencontrer des inquiétudes pour l'avenir et pour les futures générations, notamment pour leurs petits-enfants. Cette préoccupation aussi nommée, solastologie⁵⁴ peut parfois s'accompagner d'une générativité⁵⁵ ou cette qualité à donner de sa personne pour guider les générations suivantes et permettre de laisser une trace qui s'inscrira dans le temps. Ils peuvent aussi être rongés par la culpabilité d'avoir agi durant les 30 glorieuses, avec excès et inconscience.

« Un jour, nos enfants auront 20 ans, 30 ans, 40 ans. Alors, pleins d'espoir et affamés d'avenir, ils comprendront que nous, les baby-boomers, leur avons laissé une société usée et mitée. Ce jour-là, ils nous haïront. Et ils auront raison »⁵⁶.

Voici les quelques phrases des journalistes français Denis JEAMBAR et Jacqueline REMY. De nombreuses réponses issues de mon questionnaire font d'ailleurs sens avec cette idée de culpabilité grandissante⁵⁷, ou prouve au contraire une forme de déni⁵⁸.

Cette propension à s'inquiéter pour l'avenir des futures générations, pour certains, ou cette envie de laisser une trace positive, pour d'autres, peut devenir une réelle motivation pour s'engager collectivement vers des actions davantage responsables et portées vers la transmission. Il est alors question de savoir, par quels moyens le designer graphique peut-il valoriser et réinjecter des valeurs sociales au service de la décroissance ?

A. Renforcer l'implication par le design collaboratif

La co-création, comme moyen de mutualiser les savoirs, les expériences, au service d'un apprentissage et d'une prise de conscience commune. Cette posture permet d'impliquer davantage l'utilisateur dans le processus de création, ce qui lui permet d'être actif de sa propre compréhension. Cette approche permet à chaque usager de se rendre compte de sa valeur positive au sein du collectif, au service d'ambitions communes, par le partage d'inspirations, de centres d'intérêt, de savoir, etc. Tout cela permet de valoriser les pratiques en communauté, de les inscrire dans le temps et d'appréhender la décroissance avec davantage de légèreté. Le rôle du designer graphique est alors de questionner les outils et supports permettant cette impulsion créative collective.

Dans cette dynamique de co-création, Le mur et le jeu *Narratopias*, créé par l'Université de la Pluralité^[Fig17], propose aux visiteurs d'une exposition ou aux participants d'un atelier, de se regrouper pour réfléchir ensemble à des « récits transformateurs » au travers d'un échange ils se projettent ensemble vers un futur qu'ils imaginent. Le designer graphique, met donc à disposition, des outils opérant le rôle de support à la réflexion collective et à la projection (panneau latéral, images, récits du futur, etc.) Ils sont modulables, redposables à l'infini, et convoquent des imaginaires assez larges afin de répondre au mieux aux besoins de multiplicité de choix induit par le collectif. Ce projet permet ainsi aux usagers de pouvoir mutualiser une réflexion et par les outils mis à disposition faire état de cette réflexion-là afin qu'elle puisse s'étendre à plus loin que cet atelier.

Dans cette même idée le projet réalisé par Jeanne SINTINC et intitulé *Habiles besognes*^[Fig18] illustre, cette fois-ci, la collaboration

de consommation davantage locales, tout en valorisant un mode de déplacement sobre, permettant également d'entretenir une bonne condition physique.

La gamification est une entrée positive et ludique pour amener des actions décroissantes. Cependant, je m'interrogerai sur la façon dont le designer graphique peut encourager et soutenir les baby-boomers vers une posture davantage active ?

B. Le design pédagogique, la clé pour passer à l'action

L'approche pédagogique dans le design, peut être une des réponses face à cette inertie. Elle peut permettre d'engager une entrée dans l'action et un accompagnement afin de pallier cette appréhension, notamment face à l'inconnu. C'est aussi une façon de guider l'utilisateur lorsqu'il ne parvient pas réellement à savoir en quoi et comment il pourrait faire mieux. Cette approche méthodologique permet ainsi de faciliter la compréhension d'un enseignement par une approche davantage didactique. Ce processus d'apprentissage s'appuie sur une logique de transmission qui met en lumière, les mouvements à réaliser, les différentes phases du processus, etc. Tout cela dans le but de rendre l'information et l'action donnée davantage compréhensible et accessible.

Un des projets très intéressants en ce sens, est celui de Alice Macquignneau, intitulé *Vagabond*^[Fig16]. Ce dispositif d'ateliers textiles vagabonds sillonne les rues de Rennes dans l'objectif d'inciter les gens à aborder une posture davantage écoresponsable. Pour cela, cette initiative propose des ateliers de réparation, fabrication et personnalisation de vêtements, afin de rétablir une posture dite plus « slow » en réponse à la « fast fashion ». Il encourage l'utilisateur, par le biais d'ateliers textiles, à faire ses vêtements par soi-même, à les échanger, grâce à un dressing partagé, ainsi qu'à diffuser des astuces, des savoir-faire et des bons plans via un site internet. L'approche pédagogique concerne, dans ce projet, l'attention portée à rendre accessibles et didactiques des techniques telles que la couture ou encore le tricot. Ce dispositif composé de différents kits, permet par le biais d'un mode d'emploi et de patrons, d'expliquer les différentes étapes par lesquels l'utilisateur doit passer pour réaliser ou réparer son vêtement. De plus il renseigne sur le niveau de complexité et met à disposition les tissus, empiècements et ou fils, ce qui permet à l'utilisateur d'avoir tout en sa possession pour la réalisation. Rendant le dispositif davantage pratique, accessible et réaliste. L'utilisateur n'a désormais plus de prétexte pour exprimer un manque d'orientation vers des initiatives plus durables, puisqu'il est guidé, durant tout le processus sur ce qu'il a à faire et comment il doit le faire.

C'est au travers de cette approche pédagogique de kit du « faire par soi-même » que j'aimerais orienter un de mes dispositifs. L'idée est de permettre à l'utilisateur d'avoir les clés et outils pour pouvoir s'initier à des pratiques plus durables. Ce dispositif pourrait se déployer au sein de l'OPAR^(Annexe 6) autour d'un atelier qui s'organiserait en plusieurs temps.

[Fig16] Alice Macquignneau, *Vagabond*, 2019, ateliers textiles itinérant + kit pédagogique

[Fig17] Université de la Pluralité, *Mur Narratopias*, 2021

[Fig18] Jeanne SINTINC, *Habiles besognes*, 2020

les erreurs du passé » réponse à la question intitulée « Êtes-vous inquiet pour les générations futures ? » de mon questionnaire, voir Annexe 5.

58 « Pas trop, ils seront prendre les décisions qui s'imposent », réponse à la question intitulée « Êtes-vous inquiet pour les générations futures ? » de mon questionnaire, voir Annexe 5.

55 Le terme générativité a été inventé par le psychanalyste Erik Erikson en 1950 pour désigner « un souci d'établir et de guider la prochaine génération ».

56 DENIS JEAMBAR et Jacqueline REMY, *Nos enfants nous haïront*, Paris, Seuil, 2006

57 « Oui elles vont devoir gérer

54 « Solastalgie » est un terme inventé par le philosophe australien Glenn Albrecht. Se traduit par un sentiment de détresse et d'angoisse face aux modifications de l'environnement, de la santé, de l'économie et plus largement, de nos niveaux de vie - influencés par le réchauffement climatique. Il se traduit par le regret d'un passé meilleur.

Le premier temps pourrait être consacré à la détermination de thématiques ou problématiques principales autour de la décroissance, desquelles l'atelier devra répondre (produits ménagers maison, Noël conscient, etc.). Le choix final de la thématique pourrait être déterminé par les usagers eux-même par ce principe de boîte à questions déjà présente au sein de l'association. Une fois la thématique déterminée, il me faudrait alors, me procurer des matériaux issu de la récupération. Je réaliserai donc un kit par usagers, suivi d'une notice en risographie permettant de détailler la fonction de chaque outil et matériaux ainsi que les étapes de réalisations de l'objet final. Une fois que tout est prêt le lancement de l'atelier pourrait alors marquer le second temps, consacré à la réalisation de l'objet par les baby-boomers. Je me tiendrai présente pour répondre à leurs questionnements et suivre leurs avancements tout au long de ce temps. Enfin, le troisième temps pourrait être consacré à la restitution de l'atelier (davantage détaillé dans la partie II-2).

Cet atelier permet d'anticiper les potentiels freins de l'inaction individuelle comme l'inintérêt et ou le manque d'accompagnement. Cette approche permet d'adoucir davantage l'appréhension liée notamment à cette nécessité de décroissance par le biais de situations ludiques et accessibles. Apprendre à faire autrement peut aussi passer par la réflexion collective. De cette façon, je me questionnerai sur la façon dont le designer graphique peut amorcer des initiatives, à l'échelle davantage collective, favorisant la transmission et la convivialité.

Partie 2. La dimension collective comme impulsion d'initiatives décroissantes conviviales

*[...] la perte de sens engendrée par l'effet conjugué de la mondialisation du capitalisme industriel et de l'économie de marché [...] cette perte de sens qui affecte chaque existence [...] engendre plus particulièrement une perte de sens du « social » [...] comme concept pour penser les relations entre individus humains, [...] comme communauté vivante instaurée et entretenue par l'affect et [...] comme horizon partagé d'un vivre ensemble [...]*⁵³

Dans cet extrait de l'ouvrage intitulé Design Écosocial, la place du design social est évoquée comme moyen de redonner une dimension davantage humaine aux projets. En palliant ce rapport aux autres en perdition et en prouvant son importance dans cette lutte contre le réchauffement climatique. La décroissance prône, elle aussi, ce retour à cette dimension sociale, d'entraide, de partage, de transmission, au service du bien-être humain et du bien-être environnemental.

Penser et agir ensemble permet de tirer profit de chacun et d'aborder une forme de transversalité dans les savoirs. Ce positionnement relève du design collaboratif, une posture dans laquelle le designer graphique fait le choix d'impliquer l'utilisateur dans le processus de création. Cette approche permet de faire émerger de nouveaux raisonnements et de les confronter afin de répondre à des problématiques de la façon la plus juste et éclairée possible.

Déployer des dispositifs dans lesquels l'engagement collectif se retrouve au cœur de la création est aussi une façon pour l'utilisateur d'aborder une posture dans laquelle il peut se sentir utile, au service des autres, etc. Ce qui peut être largement perçu comme gratifiant et très enrichissant.

Les baby-boomers peuvent davantage se sentir concernés face à ce besoin d'agir pour et avec les autres. D'après la question intitulée : « Êtes-vous inquiet pour les générations futures ? » (Annexe 5), la majorité des réponses sont affirmatives. Les seniors, même si moins touchés par l'éco-

⁵³ Ludovic DUHEM et Kenneth RABIN, Design Écosocial, convivialités, pratiques situées et nouveaux communs, Dijon, Les presses du réel, 2018, p.151

James RYDER, Andrew HALLOWAY, « How happy is the planet », Happy planet Index [en ligne], 2021, [Consulté le 14 novembre 2022]. URL : <https://happyplanetindex.org>

Alexia DAMOIS, « Déconstruction », Causons féminisme, les études féministes vulgarisés [en ligne], 9 février 2021, [Consulté le 9 novembre 2022]. URL : <https://causonsfeminisme.com>

Thierry TERNISIEN D'OUVILLE, « Mal nommer un objet, c'est ajouter au malheur de ce monde », Entre passé et futur [en ligne], 29 octobre 2020, [Consulté le 27 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/RjoX>

Sites

Faciléco, « Les Trente Glorieuses », economie.gouv.fr [en ligne], [Consulté le 7 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/RCgl>

Agence Science-Press, « Connaissez-vous le test des trois passoires de Socrate ? », Agence Science-Press [en ligne], 14 octobre 2020 [Consulté le 29 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/WjnO>

Commissariat général au développement durable, « Limites planétaires », notre-environnement.gouv.fr [En ligne], 5 août 2020, [Consulté le 1 décembre 2022]. URL : <https://vu.fr/jYcg>

CGK, « Generational breakdown : info about all of the generations », (CGK) Centre de cinétique générationnelle [en ligne], [Consulté le 3 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/OGDe>

Série documentaire

Thierry ROBERT, « Un monde nouveau », ARTE, 2022, 53 min

Vidéos

PARRIQUE Timothée, « La décroissance, notre seule issue ? » [en ligne], YouTube, 12 avril 2022 [visionnée le 10 novembre 2022], 1 h 39 min 16 s. URL : <https://vu.fr/HZbn>.

ARTE, « Avons-nous besoin de la croissance économique ? » [en ligne], YouTube, 29 octobre 2022, [visionnée le 10 novembre 2022], 29 min 20 s. URL : <https://vu.fr/akia>

« La crise climatique est une opportunité de nous réinventer, de redonner du sens à notre existence, à nos civilisations⁶¹. », c'est autour de ce principe optimiste que mon projet se calque. En effet, il propose de faire émerger une posture décroissante comme réponse alternative au plus grand défi de notre époque.

Je fais le choix, dans mon projet, de tendre vers une posture davantage positive et résiliente, afin de traiter d'un sujet lourd que celui de l'urgence climatique. La culpabilité, le fatalisme ne peuvent, d'après moi que projeter l'usager dans une posture négative, sclérosante alimentant une forme d'inertie et de résignation. De cette façon, j'accompagne positivement la génération des baby-boomers à questionner des processus erronés issus du siècle dernier en redéfinissant des croyances et en apaisant des à priori. C'est par le biais d'un processus de déconstruction tout en douceur, issu d'une approche de design à la fois ludique, pédagogique et collaborative, que j'espère inscrire une réelle prise de conscience de la part des baby-boomers face à la nécessité de changer de modèle. Un climat davantage apaisé, ouvert à de nouvelles alternatives, c'est selon moi un bon moyen de faire face aux enjeux de demain.

Un processus de déconstruction⁶² se déploie tout au long de mon projet, par un travail d'abord, de prise de conscience et remise en question par la reformulation de mythes biaisés, une recherche active d'informations par la participation et la mise en mouvement de soi au sein du collectif et enfin une ouverture au partage d'expérience par la transmission. C'est une logique d'intelligence collective qui permet d'élargir son apprentissage à plus loin que soi suivant la logique du « Une fois que j'ai appris, je crée, une fois que j'ai compris je transmets⁶³ ».

J'ai l'intention de développer l'esprit critique des baby-boomers et la mise à distance face aux médias et publicités répétant des schémas parfois néfastes pour l'environnement. Par la formulation d'outils ludiques et pédagogiques alternatifs ou encore d'ateliers participatifs collectifs, j'ai l'intention de participer à rétablir un imaginaire davantage apaisé et positif de la décroissance.

Le passage à la retraite est une étape importante dans la vie d'un individu. Elle permet davantage de temps disponible, ce qui est favorable à de multiples questionnements et introspections. Ces remises en question peuvent parfois alimenter des doutes sur sa place dans la société mais aussi formuler des désirs comme celui de se sentir davantage utile⁶⁴. Une posture très intéressante pour un designer, puisque davantage impliquée.

Je suis consciente que cela serait bien trop ambitieux que d'affirmer vouloir changer les mentalités des baby-boomers, cependant j'ai l'espoir d'entamer une remise en question, un déclic ou de réanimer des convictions.

Mon questionnaire à destination des baby-boomers m'a permis de me confronter à mes propres à priori parfois infondé vis-à-vis de cette génération et son rapport à l'environnement, pour me conforter sur d'autres points. Il m'a permis tout au long de ma recherche, de me poser les bonnes questions sans tomber dans une approche davantage hypothétique quant à ce que je pouvais projeter des baby-boomers.

⁶¹ Extrait de la série documentaire intitulée « Un monde nouveau », réalisée par Thierry ROBERT et Cyril DION, 2022.

⁶² Selon Alexia DAMOIS, diplômée de littérature et de science politique, chercheuse en études de genre. Les étapes de la « Déconstruction », Causons féminisme, les études féministes vulgarisés [en ligne], 9 février 2021, [Consulté le 9 novembre 2022]. URL : <https://causonsfeminisme.com>

⁶³ Politiques des Fablabs

⁶⁴ Comme le prouvent les réponses issues de mon questionnaire en Annexe 5, avec la question « Au quotidien, je suis ? (bénévole, soignante, etc.) »

Ma rencontre avec l'OPAR ^(Annexe 7) m'a elle aussi, permis de me confronter à la réalité par un contexte réel d'intervention. Cette association a su me montrer un grand intérêt pour la nature de mon projet ce qui a été une grande source de motivation. Pour la suite, j'ai l'intention de proposer mes différents dispositifs à mes usagers et ai l'espoir qu'ils puissent être tout autant enthousiastes.

Dans le futur, je projette de faire évoluer ma pratique de design dans le domaine de l'écoconception et j'ai l'espoir que ce projet soit pour moi une réelle impulsion en ce sens.

Remerciements

Je tiens à remercier l'ensemble des personnes qui m'ont accompagné durant la réalisation de ce mémoire.

L'équipe pédagogique : Flora Commaret, Anna Halter, Hélène Heyraud, Malika Boissard, Florian Chevillard, pour leurs suivis, leurs conseils avisés ainsi que leurs relectures.

Les personnes ayant prit le temps de répondre à mon questionnaire. Les professionnels rencontrés : Hélène Danté, Lindsay Ayoul, Esther Bodennec et Béatrice Piot, d'avoir pris le temps de s'entretenir avec moi et de m'avoir accordé leur confiance. Ainsi que les seniors rencontrés durant l'atelier.

Je remercie mes camarades de classe, pour leurs bienveillances et leur bonne humeur à toute épreuve : Océane Hardy, Léa Garait, Camille Correia, Lucas Desmesures, Baptiste Le Doeff, ainsi que Salomé Vanneste-Bendélé.

Je tiens également à remercier ma sœur pour son très grand soutien émotionnel et son aide pour le façonnage des jaquettes à la machine à coudre. Ainsi que ma famille pour leurs précieux conseils et les relectures de mon mémoire. Ma mamie et Valérie Perez pour m'avoir grandement aidé à relayer mon questionnaire ainsi que pour leurs précieux conseils.

Bibliographie

Ouvrages

Victor PAPANÉK, Design pour un monde réel, Dijon, Les presses du réel, 2021

Jean FOURASTIER, Les Trente Glorieuses, Paris, Fayard, 1979

Carole GUILBAUD pour Aurélien BARREAU, Il faut une révolution politique, poétique et philosophique, Honfleur (France), Zulma, 2022

Ludovic DUHEM et Kenneth RABIN, Design Écosocial, convivialités, pratiques situées et nouveaux communs, Dijon, Les presses du réel, 2018

Denis JEAMBAR et Jacqueline REMY, Nos enfants nous haïront, Paris, Seuil, 2006

Manifeste

Vincent PERROTET, Partager le regard, Texte manifeste, 2013

Revue

HALL Peter, « Bulles, lignes et fils : comment la visualisation de l'information façonne-t-elle la société? », Penser, classer, représenter, Back Office #2, avril 2018.

NAHAPÉTIAN Naïri, « À quoi servent les écogestes? », Y aura t-il du chauffage à Noël? Et 50 autres questions sur notre addiction à l'énergie, Oblik n°8, octobre 2022

PROST-KASBI Naomi, « Hors Jeu! Le cahier de plage pour tous », diplômes d'écoles d'art et de design, Étapes n°264, novembre - décembre 2021, p87.

Articles en ligne

Romain POCACHARD, « Connaissez vous le nuage? Inciter sans contraindre », Respect 73 [en ligne], 19 août 2021, [Consulté le 25 novembre 2022] IRL : <https://vu.fr/SDzl>

Guillaume JENY, « La France des Trente Glorieuses », Major-Prépa [en ligne], 12 novembre 2021 [Consulté le 7 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/QNaa>

Heran ZHENG, Yin LONG, Richard WOOD, Daniel MORAN, Zengkai ZHANG, Jing MENG, Kuishuang FENG, Edgar HERTWICH & Dabo GUAN, « Ageing society in developed countries challenges carbon mitigation », Nature Climate Change [en ligne], 9 mars 2022, [Consulté le 7 novembre 2022]. IRL : <https://vu.fr/VJnU>

Annexes

- 3 Iconographie
- 8 Annexe 1 : Les limites planétaires
- 9 Annexe 2 : Les 30 glorieuses
- 10 Annexe 3 : Le nudge
- 11 Annexe 4 : Test des 3 passoirs de Socrate
- 12 Annexe 5 : Questionnaire
*Habitudes de vie et de consommation des
baby-boomers*
- 18 Annexe 6 : Observation
*Atelier «Art floral et Ikebana» par Béatrice
Piot*
- 20 Annexe 7 : Interview
Hélène Danté

Décroissance Décomplexée
Mémoire de recherche professionnel © Mathilde Galy
DSAA design, mention graphisme, Lycée Bréquigny à Rennes

Direction : Flora Commaret, Anna Halter

Composé en :
Infery © Matthieu Salvaggio (Blaze Type)
Helvetica © Max Miedinger (Fonderie Haas)

Imprimé sur :
Papier Bio, Fabriano, 80g
Tiziano Perla, Fabriano, 160g
Senkwa, 40g
Accademia, Fabriano, 120g

Achévé en janvier 2023
Impression à Copyright 35 et Hôtel Pasteur, Rennes



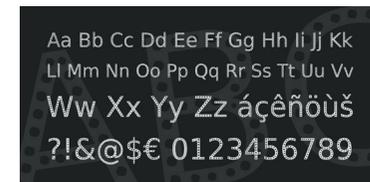
[Fig1]
Pol Pintó intitulé,
A-creixement,
2015, affiches A3



[Fig2]
Corentin Balcon,
DeuxMains,
2020, drapeau en
teinture végétale



[Fig3]
Blaze Type,
Inferi, 2021, éco-
typographie



[Fig4]
Société de
communication
néerlandaise
Spranq, *Spranq*,
2009,
première éco-
typographie

[Fig5]

Ryman Stationery,
Ryman Éco, 2014,
éco-typographie

ryman
eco

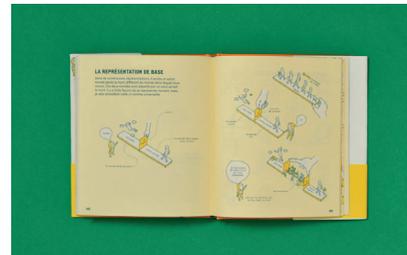
[Fig6]

Jamie Bennett,
Stay home, 2020,
affiche



[Fig7]

Bunpei YORIFUJI,
Le catalogue de
la mort, 2019,
édition illustrée



[Fig8]

Brandalism, *Tout
doit disparaître*,
2015, Affiche
sucette



ont mis des papiers et c'est donc de là qu'en est sorti la Zumba par exemple. Elle a donné cette information-là aux animateurs qui l'ont ensuite mis en place. Donc c'est vraiment en fonction des besoins des gens, c'est sûr. Généralement tous les ans, on a trois/quatre nouvelles activités, en fonction de ce que les animateurs ont entendu. Cette année on avait donc la Zumba, l'escalade et le Pilate. Parce que l'objectif c'est quand même que nos ateliers soient pleins. Donc vraiment en fonction de leurs besoins.

M.G : Seriez-vous intéressés par d'autres potentiels intervenants ? Si jamais un jour j'étais amenée, par exemple à proposer un atelier autour de la thématique de l'écologie/du réemploi/recyclage/revalorisation cela vous intéresserez ? Car Je travaille sur la thématique de l'écologie et des séniors, de manière très large, et je m'intéresse, en tant que designer graphique à la mise en place de dispositifs qui pourraient allier les deux.

H.D : Oui, carrément ! Parce que les animateurs en parlaient justement. Mes collègues Aurore et Esther, les animatrices socio-culturelles en parlaient dernièrement, car elles disaient que ce serait intéressant de travailler sur ces sujets-là. Donc oui complètement.

Ça c'est des choses qui peuvent nous intéresser, c'est en plus dans l'air du temps et ce que je t'ai pas dit c'est qu'on a une convention avec la ville de Rennes. On avait une convention de six ans avant et là une convention de quatre ans et donc on a une subvention de fonctionnement, qui nous permet de payer les salaires des salariés notamment et qui se doit de répondre quand même à certaines choses.

Là par exemple, dans cette nouvelle convention, ce qui n'était pas le cas avant, sans doute aussi puisqu'il y a aussi les écologistes cette fois-ci qui sont rentrés à la mairie. Il y a davantage de choses en lien avec l'écologie. Donc ça c'est noté dans notre convention qu'il faut qu'on fasse attention à ça, on s'est donc dit qu'il fallait qu'on fasse

ce genre de choses, donc ça correspond tout à fait à ça.

M.G : La seconde partie de mon année est consacrée à mon projet de diplôme, mon rôle est de trouver des structures avec lesquelles je pourrais collaborer pour monter un projet ensemble.

H.D : Ah mais oui volontiers. Je vais justement chercher Esther puisque c'est avec elle que j'ai parlé de ça. Donc ouais ça pourrait être carrément bien, tu vois tu as bien fait de venir.

E.B : Oui, oui complètement.

H.D : Tu vois je trouve que ça tombe plutôt pas mal, donc ça pourrait être bien. Après je te cache pas que, des fois nos retraités, quand on lance quelque chose, ils n'accrochent pas du tout, mais ça vaut peut-être le coup de tenter. À la limite recontacte nous, soit moi soit Esther.

E.B : Oui voilà, quand tu seras prête, quand tu auras tes jours où tu pourras intervenir ici, qu'on puisse caler un emploi du temps. Très bien, à bientôt alors.

H.D : Donc tu reviens vers nous, sans problème.

Interview de Hélène Danté par Mathilde Galy à l'Opar :

M.G : Mathilde Galy

H.D : Hélène Danté (coordinatrice administrative)

L.A : Lindsay Ayoul (secrétaire d'accueil)

E.B : Esther Bodennec (animatrice socio-culturel)

OPAR : Observatoire et Pôle d'Animation des Retraités à Rennais

M.G : Quel est l'âge moyen de vos adhérents ?

H.D : La moyenne d'âge de nos adhérents à l'Opar c'est 75 ans, avec 80 % de femme et 20 % d'homme.

M.G : Comment vous expliqueriez cela ?

H.D : Il y a beaucoup moins d'hommes qui s'ennuient mais au-delà de ça, les femmes vivent plus longtemps que les hommes déjà ça c'est un fait.

Après je pense que les femmes ont plus envie de faire des choses manuelles là où les hommes font plus d'activités sportives. Après je n'ai pas trop la réponse.

M.G : Y a-t-il un âge minimum pour être adhérent à l'Opar ?

H.D : Alors non, effectivement on est une association de retraités, mais dans nos statuts il n'y a pas d'âge limite, ce n'est pas noté. Donc par exemple, on a un atelier vitrail, et je sais qu'il y a une fille qui doit avoir une quarantaine d'année, qui vient tous les vendredis après-midi. Donc effectivement ce n'est pas fermé. Il y a aussi des gens qui ont des petits problèmes mentaux, c'est aussi ouvert à ces

gens-là. Par exemple, je sais qu'il y a une fille qui doit avoir vingt-cinq, trente ans, qui vient faire de la randonnée avec les retraités et ça lui convient parfaitement. Donc il n'y a pas de limite.

M.G : En règle générale, quel est le degré d'autonomie des participants lors des ateliers ?

H.D : Ça dépend de l'atelier, mais oui ils sont autonomes. Les ateliers comme tu as vu cette après-midi, je pense que Béatrice doit les aider. L'atelier dessin, peinture aussi, parce que tu as besoin de technique particulière, etc. Ateliers numérique aussi, parce que le numérique ils ont un vrai besoin. Mais des ateliers comme «remue méninge» avec un système de questions/reponses, là ils sont complètement autonomes. Et donc soit il y a des intervenants extérieurs soit il y a les animateurs de l'Opar qui animent les ateliers.

M.G : Comment se fait le quota des participants par ateliers ? Y a-t-il un quota prédéfini ?

H.D : Il y a un quota déjà par rapport à la grandeur de la salle mais aussi par rapport à l'activité. Par exemple je sais que la Zumba c'est là où on a le plus de personne et donc on a 20 personnes maximum. Sinon le sport on est sur quinze personnes max, pour aussi donner quelque chose de qualitatif, pour que le professeur voit les choses qui sont bien faites ou pas.

L.A : Je pensais aussi à l'informatique, où là encore plus, on a des quotas très restreints, pour que les gens soient vraiment focus et pour qu'ils puissent poser leurs questions.

M.G : Comment sont réfléchis vos ateliers, en fonction de quoi ? Besoins/envies des seniors ?

H.D : On a ce qu'on appelle une commission «pôle ressource» qui ponctuellement fait des questionnaires à nos adhérents. Je sais que Lindsay la secrétaire d'accueil qui est ici, avait mis, l'année dernière, une urne intitulée «quelles envies vous auriez» et donc les gens

[Fig9]

Guy et Roger Brunel, *Starwax, the fabulous*, 1946, produits ménagers



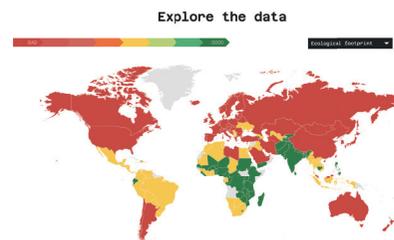
[Fig10]

DDB Stockholm, *Piano Stairs*, 2010, station de métro Odenplan à Stockholm.



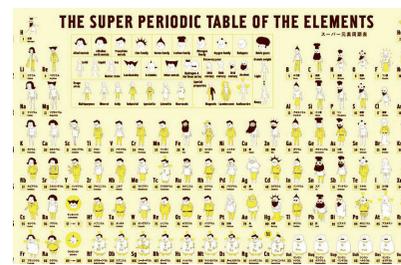
[Fig11]

James Ryder, Andrew Halloway, *The Happy Planet Index, 2021*, carte interactive, site internet.



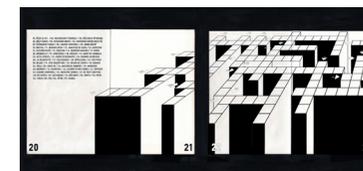
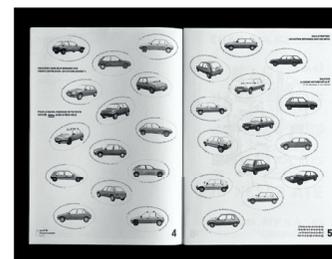
[Fig12]

Bunpei Yorifuji, *La vie merveilleuse des éléments*, 2018, édition illustrée



[Fig13]

Naomi Prost-Kasbi, *Hors jeu!*, 2021, édition



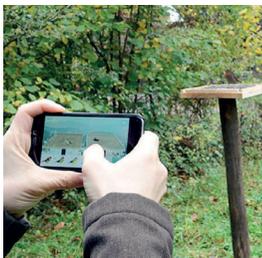
[Fig14]

Juliette Groussin et Clara Morichon, *Glaneurs*, 2019, jeux de société



[Fig15]

Smallbang, *Birdlab*, 2014, application de science participative



[Fig16]

Alice Macquigneau, *Vagabond*, 2019, ateliers textiles itinérant + kit pédagogique



[Fig17]

Université de la Pluralité, *Mur Narratopias*, 2021



[Fig18]

Jeanne SINTINC, *Habiles besognes*, 2020



② Elles regroupent les feuilles ensemble en différents bouquets par un fil de fer.

③ Une fois les bouquets réalisés, ils sont entourés autour du gros fil de fer principal^[Fig3].



[Fig3] Adhérentes en pleine réalisation des bouquets.

④ Le bulbe de Jacinthe, fourni également par Béatrice Piot, peut alors être enlevé de son pot et épluché.

⑤ Il faut ensuite couper un bâton et le planter à l'intérieur du bulbe pour ensuite le rajouter au bouquet à l'aide, une fois de plus, d'un fil de fer.

⑥ Place ensuite à la déco! Tout nettoyer et choisir les derniers éléments à ajouter au bouquet^[Fig4].

⑦ Les placer puis rajouter du spray lustrant et des paillettes^[Fig5].



[Fig4] Utilisation du pistolet à colle par une des adhérentes pour placer la déco.



[Fig5] Derniers peaufinages avant la fin de l'atelier.

Remarques personnelles

J'ai trouvé que les adhérentes étaient difficilement attentives lors de la formulation des instructions de la part de l'intervenante. Du fait, d'après-moi, de l'impatience et l'envie de commencer l'atelier. Difficulté pour capter l'attention de toutes. Tout cela engendre de nombreuses erreurs lors de l'application des consignes. L'intervenante est là pour les réorienter en cas d'erreur de manière très pédagogique.

Observation de l'atelier « art floral et Ikebana » réalisé par l'intervenante Béatrice Piot :

Où? Pourquoi?

Cette observation s'est opérée à l'Observatoire et Pôle d'Animation des Retraités Rennais, intitulé OPAR. Cette association a pour but de « participer au « bien vieillir » des retraités en proposant et développant des animations et formations adaptées qui favorise le bien-être, le lien social, les initiatives, la solidarité et la citoyenneté ».

Je suis donc venue observer un des ateliers proposés par cette association. J'ai choisi, parmi toutes les activités, celle autour de la thématique « art floral et Ikebana » puisqu'il est davantage créatif et puisque c'est celui qui se rapprochait le plus de ce que je pourrai potentiellement proposer.

Cet atelier de 2h me permettait donc de mieux comprendre le déroulement d'un atelier créatif à destination des seniors.

Je suis donc venue observer l'approche de l'intervenant lui-même et de l'adhérent tout au long du processus d'apprentissage. Ainsi que le degré d'autonomie des seniors tout le long de l'atelier, les outils mis à disposition ainsi que la méthode pédagogique mise en place par l'intervenant.

Quoi?

L'atelier lors de mon observation proposait de réaliser une couronne de Noël.

Qui?

Cet atelier autour de l'art floral et l'Ikebana est organisé par Béatrice Piot tous les mois. Béatrice

est fleuriste itinérante à Rennes et ses environs. Elle propose pour chaque séance une composition florale différente à ses adhérentes qui sont en général que des femmes. La séance coûte une quarantaine d'euro pour les 2h, elles repartent avec leurs créations. Lors de l'observation 7 adhérentes étaient présentes sur les 8 prévus.

Comment?

Pour le bon déroulement de l'atelier, tout le matériel^[Fig1] est fourni et mis à disposition pour les adhérents, autant les outils que les feuillages. Chaque adhérente s'installe donc avec son matériel déjà disposé sur sa table.

[Fig1] Photographie du matériel et des outils mis en disposition lors de la séance.



Déroulement?

Béatrice explique chaque étape, une fois l'étape expliquée elle fait le tour de chaque adhérente pour les aider et répondre à leurs questions si besoin et ainsi de suite pour chaque étape. L'atelier se déroule en 7 étapes différentes :

① Chacune vient choisir les différents types de feuillages^[Fig2] qu'elle veut voir dans sa composition florale.

[Fig2] Les adhérentes en train de choisir les différents feuillages.



[Fig19]

Edulab Pasteur, *La Bulloterie*, 2022, outil d'échange et de rencontre asynchrone



[Fig20]

Juliette Guillory, *Déclic responsable*, 2022



Les limites planétaires

9 catégories

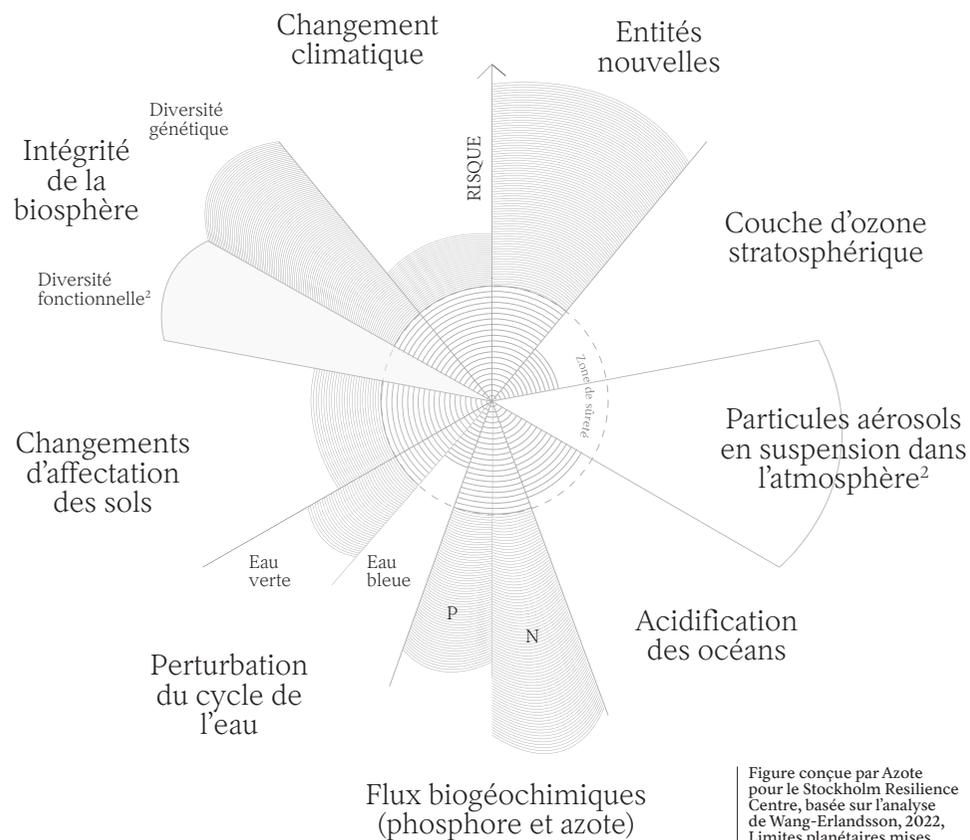
Chiffres clés¹ et états des lieux :

Figure conçue par Azote pour le Stockholm Resilience Centre, basée sur l'analyse de Wang-Erlandsson, 2022, Limites planétaires mises à jour.

6 catégories

Six d'entre elles sont déjà dépassées³.

2 catégories

Deux tout juste dépassées cette année, avec celle des polluants chimiques, en janvier dernier et celle du cycle de l'eau ce mois de mai 2022

1. Camille FRANÇOIS, « Le cycle de l'eau verte chez les végétaux : la sixième limite planétaire est franchie », Ecotree [en ligne], 21 mai 2022. [Consulté le 1 décembre 2022]. URL : <https://vu.fr/HeXJ>

2. Pas encore quantifiée.

3. Commissariat général au développement durable, « Limites planétaires », notre-environnement.gouv

[en ligne], 5 août 2020, [Consulté le 1 décembre 2022]. URL : <https://vu.fr/jYcg>

Comment pensez-vous que vous pourriez faire mieux ? Par quelles actions quotidiennes ?

- Je ne vois vraiment pas.
- J'aimerais être guidée de meilleure façon
- Moins utiliser ma voiture. Acheter plus local.
- Prendre de plus en plus les transports collectifs pour les longs déplacements. Diminuer le temps de connexion.
- Vivre au ralenti, trajet, liens sociaux, revenir à l'essentiel.
- Etc.

Êtes-vous inquiet pour les générations futures ? (Développez en quelques mots).

- Non, l'espèce humaine trouve toujours son équilibre
- Pas trop, ils seront prendre les décisions qui s'imposeront
- Tout à fait. Je me pose beaucoup de questions
- Oui inquiet surtout pour mes petits enfants qui subiront davantage que mes enfants (et que moi même bien sûr) les effets du réchauffement
- Etc.

Quelles sont vos habitudes de réceptions de l'information, quels médias ? (Plusieurs réponses possibles)

- 2,9 % : Magazines
- 8,7 % : Internet
- 11,4 % : Podcasts
- 14,3 % : Réseaux sociaux
- 51,4 % : Livres
- 57,1 % : Journaux papier
- 62,9 % : Radios
- 80 % : Journaux télévisés

Utilisez-vous des outils numériques dans votre quotidien ? (Plusieurs réponses possibles)

- 22,9 % : Tablette
- 77,1 % : TV
- 82,9 % : Smartphone
- 94,3 % : Ordinateur

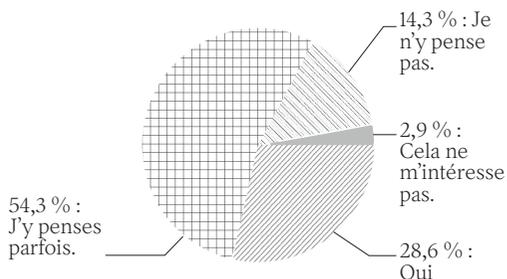
Faites-vous attention à votre consommation d'énergie ?

- 2,9 % : Je ne m'en soucie peu car je pense être un petit consommateur sauf avec internet
- 28,6 % : J'essaie d'y penser
- 68,6 % : Oui

En général, qu'est-ce qui guide vos choix ? (Plusieurs réponses possibles)

- 40 % : L'aspect social (interaction, rencontre, etc.)
- 42,9 % : L'éthique (respect environnemental, animal)
- 48,6 % : L'aspect financier
- 85,7 % : L'aspect pratique (proximité, bien desservi)

Faites-vous attention à votre empreinte carbone au quotidien ?



Au quotidien, je suis ? (bénévole, sociétaire d'une scoop, etc.)

- Citoyen responsable
- Bénévole dans plusieurs associations
- Bénévole et élu municipal
- Rien
- Etc.

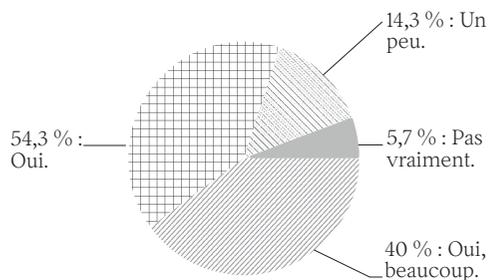
Savez-vous définir, en quelques mots, l'urgence climatique ?

- Non
- Trop de carbone émis qui s'accumule et que nos forêts et océans ne peuvent plus éliminer. Gaz à effet de serre favorisant le réchauffement de la planète. Même si on arrêtait de produire du CO2 aujourd'hui il est presque trop tard déjà !

• Augmentation des températures / dommages environnementaux et sanitaires

• Chaos et impuissance

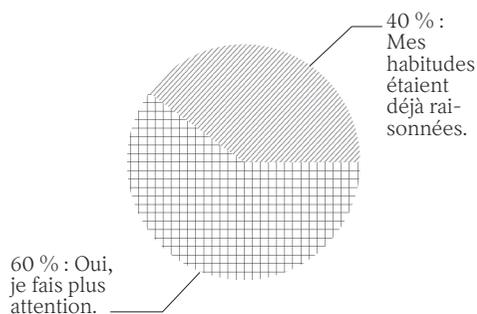
Vous sentez-vous concerné par le réchauffement climatique ?



Comment situez-vous votre niveau d'implication/d'engagement vis-à-vis de cette cause ?

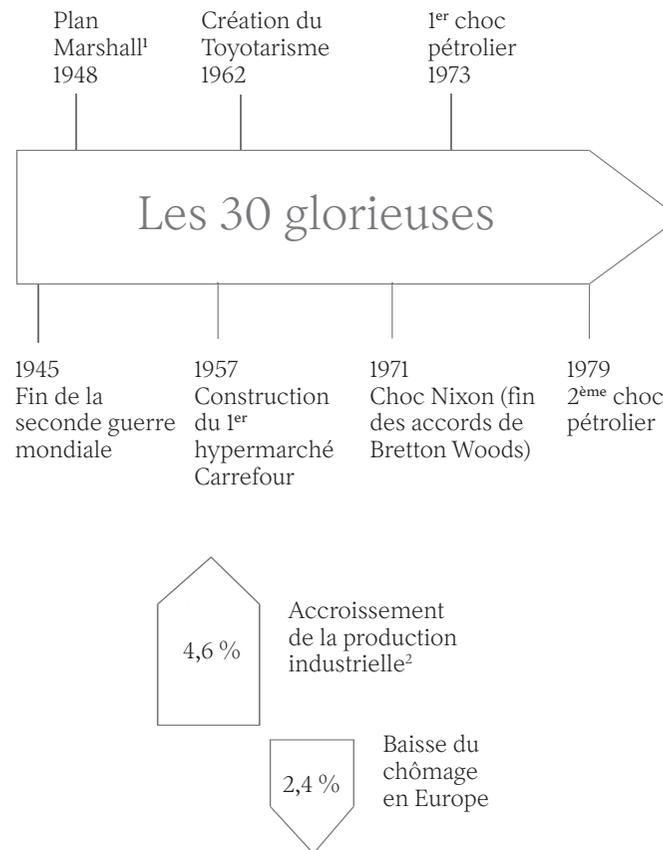
- 2,9 % : Je fais de mon mieux, à mon niveau.
- 2,9 % : Je milite modestement avec les organisations existantes.
- 17,1 % : Avancé.
- 25,7 % : Faible.
- 28,6 % : Moyen.

Avez-vous vu évoluer vos habitudes de consommation au fur et à mesure des années ?



Les 30 glorieuses

La conjoncture difficile liée à la seconde guerre mondiale, de laquelle elle découle, a permis de donner lieu à une reconstruction économique des pays touchés, d'engendrer une situation de plein emploi, et de permettre un progrès technique et technologique ainsi qu'un développement économique important.



1. Plan Marshall : programme américain d'aide économique à l'Europe lancé après la Seconde Guerre mondiale à l'initiative du général George Catlett Marshall et adopté par une loi d'avril 1948.

Glorieuses », Major-Prépa [en ligne], 12 novembre 2021 [Consulté le 7 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/QNaa>
Faciléco, « Les Trente Glorieuses », économie.gouv.fr [en ligne], [Consulté le 7 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/RCgl>

2. Guillaume JENY, « La France des Trente

Le nudge

Quelque suggestions de pistes pour utiliser le nudge¹ :

Le choix par défaut

Présélectionner un choix efficient dans le cas où aucun choix actif de la part de l'individu n'est fait. Par exemple, utiliser l'impression par défaut en recto/verso permet d'économiser bon nombre de feuille de papier.

Le chemin du moindre effort

Mettre à portée de main les aliments les plus diététiques inciterait à les consommer d'avantage.

L'effet mesure

Le fait de sonder l'engagement augmentera la probabilité de réalisation de l'action : « comment aller vous procéder pour vous rendre à votre rendez-vous ? »

La norme sociale

Les individus sont sensibles aux comportements de leurs pairs et ont, bien souvent, un désir de conformité et d'appartenance. « Il y a tel pourcentage de personnes qui utilisent la télé-déclaration »

La ludification

Un comportement est plus simple à être adopté s'il est ludique et amusant – un escalier musical dans le métro de Stockholm encourage les personnes à les emprunter plutôt que d'utiliser les escalators.

1. Romain POCACHARD, « Connaissez vous le nudge? Inciter sans contraindre », Respect 73 [en ligne], 19 août 2021, [Consulté le 25 novembre 2022] URL: <https://vu.fr/SD>

48,6 % : Au marché
68,6 % : Au supermarché
68,6 % : Dans les commerces de proximité

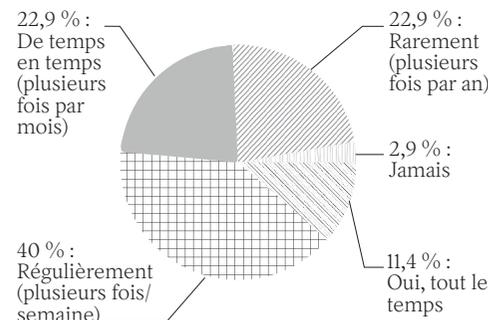
D'après la question précédente.
Qu'est-ce qui guide vos choix?
(Plusieurs réponses possibles)

2,9 % : Le meilleur rapport qualité-prix
22,9 % : Question Financière
22,9 % : Question de rapidité (gain de temps)
57,1 % : Par choix, convictions

Comment mangez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)

2,9 % : Cantine dans maison d'accueil
5,7 % : Préparation industrielle, « du tout prêt »
8,6 % : Restaurant
100 % : Préparation par moi-même ou mon conjoint

Consommez-vous BIO ou raisonné ?



Avez-vous un régime alimentaire particulier? (Plusieurs réponses possibles)

2,9 % : Sans sucre
2,9 % : Végétarien
5,7 % : Sans gluten
5,7 % : Flexitarien
14,3 % : Régime carné
68,6 % : Pas de régime particulier

Comment consommez-vous?
(Plusieurs réponses possibles)

2,9 % : Suivant ce qui est possible
8,6 % : Je ne regarde pas
8,6 % : Cela m'importe peu
28,6 % : UE
62,9 % : National

Où achetez-vous vos vêtements?
(Plusieurs réponses possibles)

8,6 % : Je les fabrique moi-même
14,3 % : En ligne
14,3 % : Seconde main (Emmaüs, friperies, Leboncoin)
54,3 % : Petites boutiques
62,9 % : En magasins (grandes enseignes)

Fabriquez-vous ou réparez-vous des choses vous-même? (Plusieurs réponses possibles)

5,7 % : Électronique
14,3 % : Non
28,6 % : Construction
31,4 % : Mobilier
40 % : Décoration
45,7 % : Alimentation
45,7 % : Vêtements
54,3 % : Jardin

Vos habitudes de déplacements aux quotidien? (Plusieurs réponses possibles)

2,9 % : Co-voiturage
25,7 % : Les transports en communs
40 % : Le vélo
77,1 % : La marche
91,4 % : La voiture

Vos habitudes de déplacements en voyage? (Plusieurs réponses possibles)

5,8 % : Camping-car
17,1 % : Le co-voiturage
22,9 % : Le bus
31,8 % : La voiture
45,7 % : L'avion
60 % : Le train

Bizarrement, je retiendrai plutôt des valeurs humanistes, d'égalité ds l'accès à l'éducation, à la santé, à la culture... C'est en tout cas ce qui nous motivait. Il semble que nous n'ayons pas vraiment réussi...

- C'est une génération qui a cru pouvoir changer le monde, qui a cru aux effets positifs du progrès (notamment pour faciliter la vie des femmes), qui s'est battue pour l'égalité hommes-femmes. Mais son refus de l'autorité, sa recherche de liberté lui ont fait faire des excès qui ont conduit à l'individualisme au détriment du sens du collectif et de l'engagement dont notre société souffre aujourd'hui. Sans parler du matérialisme et du consumérisme qui poussent tant de familles à considérer les zones commerciales comme uniques lieux de promenade dominicale.

- Accomplissement par le travail et le consumérisme à crédit

- C'était une période où l'on faisait des études avec plaisir, on avait du travail plus facilement que maintenant. On avait une vie simple mais agréable, sans se faire du soucis pour l'avenir. On avait confiance en l'avenir.

Quelles sont pour vous les valeurs les plus importantes à vos yeux aujourd'hui? (éthique, familiale, écologique, etc.)

- La famille, l'éducation, le respect.

- Aujourd'hui, je continue de penser que le travail est la base de la société, avec la famille qui doit éduquer, donner un sens au futur. S'agissant de l'écologie, j'attends d'avoir une définition de ce concept pour émettre une opinion, car nos grands-parents étaient écologistes à leur manière, et je ne pense pas que changer de téléphone portable tous les ans soit très écolo...

- La famille, l'éducation, l'écologie, le partage.

- Les valeurs restent les mêmes, celles d'égalité et de fraternité... même si elles semblent maintenant un peu dérisoires, compte tenu des

enjeux climatiques. La maison brûle, il faut faire en sorte que les générations qui vont vivre ce siècle puisse le faire ds des conditions acceptables, et qu'elles puissent à leur tour s'épanouir ... il me semble que ça passe par un renforcement de la solidarité, et de la notion de bien commun.

Pour vous, la croissance ça vous évoque ?

20 % : Une variation positive de la production de biens et de services.

31,4 % : Une croissance infinie dans une planète qui est limitée.

49,3 % : Multiples réponses :

- La croissance évoque pour moi une possibilité de travail pour tous
- Le consumérisme
- Une plus grande justice entre les hommes.
- Etc.

Pour vous, la décroissance ça vous évoque ?

20,3 % : Multiples réponses :

- La limite de la société de consommation
- Démarche volontaire mais pas pour les choses nécessaires. Pour le futile, mille fois OUI. Mais il faut rechercher du progrès pour améliorer la condition.
- Etc.

28,6 % : Réalité subie : déclin économique.

51,4 % : Démarche volontaire : réduction planifiée et démocratique.

Où allez-vous faire vos courses alimentaires? (Plusieurs réponses possibles)

5,7 % : Au supermarché, centres commerciaux

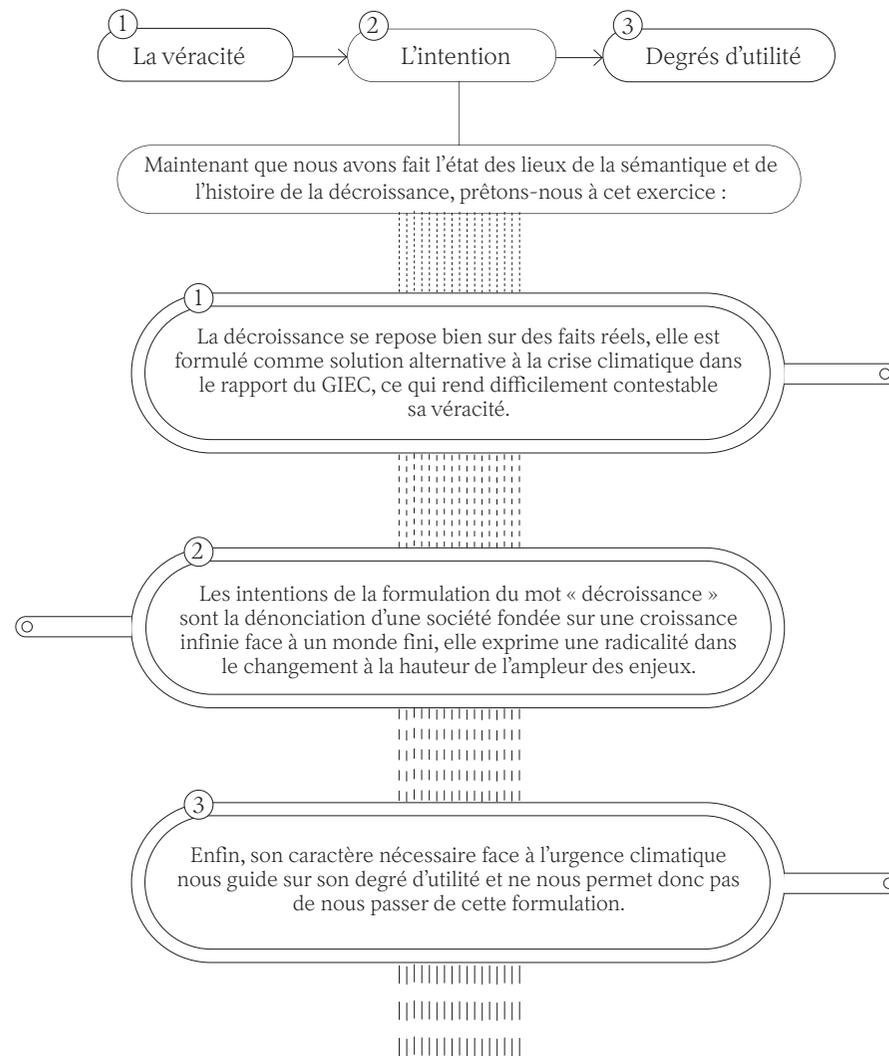
1,4 % : Autre (AMAP, direct producteur)

48,6 % : Dans des petits magasins (Carrefour market, petite épicerie, etc.)

Test des trois passoires de Socrate¹

Comment peut-on décider ce qu'il faut dire où ne pas dire en sachant que les mots rassemblent autant qu'ils divisent. Faut-il édulcorer le mot décroissance pour une meilleure mobilisation ?

Le test des trois passoires de Socrate nous permet de juger bon ou non de dire ou de se garder de cette information pour s'adresser aux baby-boomers. Elle se fonde sur trois postures :

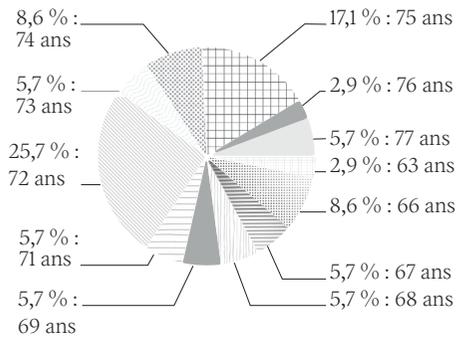


1. Agence Science-Press, « Connaissez-vous le test des trois passoires de Socrate? », Agence Science-Press [en ligne], 14 octobre 2020 [Consulté le 29 novembre 2022]. URL : <https://vu.fr/WjnO>

Habitudes de vie et de consommation des baby-boomers

Statistiques extraites d'une étude personnelle réalisée par l'intermédiaire d'un questionnaire mis en ligne en novembre 2022, me permettant d'étudier les habitudes de vie et de consommation des baby-boomers. Échantillon : 35 personnes âgées de 63 à 77 ans. Disponible sur le web : <https://forms.gle/3p24MtqD5BpP92oYA>

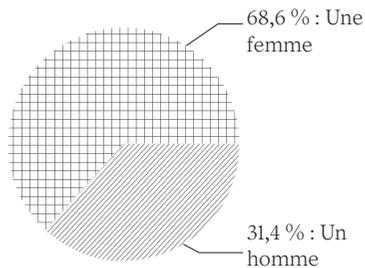
Quel âge avez-vous ?



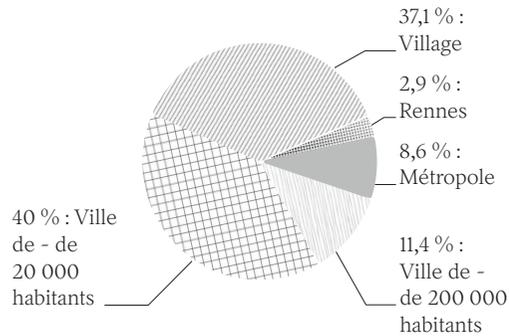
Quel poste occupez ou occupiez-vous ?

- Enseignant
- Chef d'entreprise
- Professeur de lettres classiques
- Psychologue
- Gérant de société
- Directeur commercial de composants hydrauliques
- Secrétaire de direction
- Chargée d'insertion professionnelle
- Contrôleur du trésor
- Infirmière
- Ingénieur
- Etc.

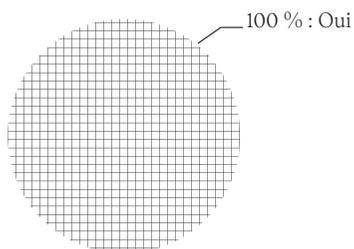
Vous êtes ?



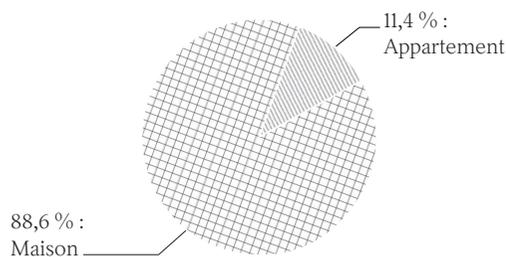
Où habitez-vous ?



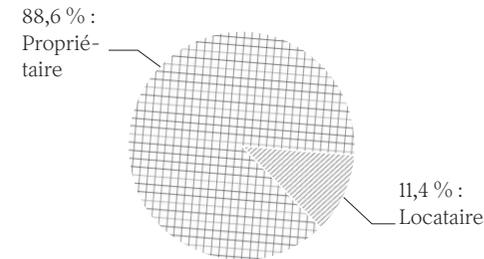
Êtes-vous à la retraite ?



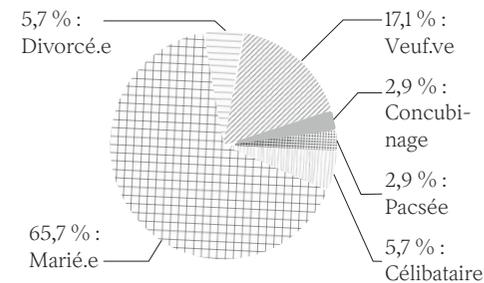
Type de logement ?



Vous êtes ?



Situation au sein du foyer ?



Savez-vous définir un baby-boomer ?

85,7 % : Oui
14,3 % : Non

Si oui, expliquez en quelques mots ce qu'est un baby-boomer ?

• Un petit vieux né dès l'après-guerre (de 39/45), dans la période du baby-boom pendant laquelle la natalité est repartie à la hausse. Aujourd'hui considéré par certains comme quelqu'un pour qui tout a été facile, et continue de l'être : le plus gros péché étant la retraite qu'ils doivent nous payer.

• Une personne qui est née après la guerre, dans une période de forte natalité. Par extension c'est une personne qui a vécu sa jeunesse et une grande partie de sa vie d'adulte ds une période de prospérité économique et de grandes évolutions sociétales.

• Enfants nés en nombre important après la guerre 39-45 le monde surtout l'Europe étant affaiblie, c'est cette génération qui a relancé l'économie des pays.

• Etc.

Comment avez-vous vécu les 30 glorieuses ? (Ressentis personnels, anecdotes, etc.)

• Plutôt bien.

• Une impression d'opulence...J'ai grandi dans une famille unie avec un père ayant un poste de cadre, nous n'avons manqué de rien...Maison, vacances, voiture de fonction... Puis au travail, infirmière pour commencer, aucun problème pour trouver du travail, changer de poste « du jour au lendemain » des budgets croissants pour les hôpitaux, ce qui entraînaient des abus, gaspillage de matériel, vol...je pense que beaucoup s'appropriait du petit matériel, se disant que c'était « normal »... comme un dédommagement ! Puis j'ai fait la formation pour être cadre, le métier a commencé à être de plus en plus administratif, le patient voyant moins le personnel, traçabilité, contrôle, le personnel moins nombreux. J'ai entendu un responsable dire qu'il fallait des gestionnaires, qu'un cadre n'avait pas besoin d'avoir une formation d'infirmière!!!

• Une période heureuse, de prospérité et de progrès matériel: frigo, machine à laver, TV, chaîne Hi-Fi, etc...

• Etc.

D'après vous et votre expérience, quelles valeurs et idéologies sont issues de cette génération construite dans un contexte économique prospère ?

• Démesuré, place très importante du travail qui marquait la réussite! Individualisme

• Les conditions économiques favorables ont permis une focalisation plus importante sur les problèmes politiques et sociétaux.