

# Une autre définition du « rêve américain »

## Partage international n° 166 - Juin 2002

par Dan Hall

C'est comme l'histoire de David et Goliath : d'un côté se trouve un petit groupe de défense, The Center of New American Dream (Centre du nouveau rêve américain), qui s'est donné pour objectif rien moins que de transformer la société américaine. Il prône d'abandonner le consumérisme au profit d'une culture moins nuisible au plan spirituel et plus viable sur le plan de l'environnement. Le Centre a douze employés et un budget d'à peu près un million de dollars par an.

De l'autre côté, se trouve tout le poids des dix billions de dollars que représente l'économie américaine, accompagnée probablement du désir bien humain d'en avoir toujours plus.

Le Centre est-il de taille contre cela ? « *Que voulez-vous ? il faut bien que quelqu'un le fasse !* », répond allègrement Eric Brown, directeur de la communication de ce groupe. Ce dernier était spécialiste des relations publiques avec le Congrès, à Washington, jusqu'au jour où il décida que le temps consacré à sa famille était plus important que son gros salaire. Il avoue que l'objectif du centre est un peu démesuré mais que toutefois, « *quand je dis aux gens ce que je fais, ils me répondent : « Eh bien, tu t'es attaqué à un gros morceau ! » Les gens commencent à comprendre que la consommation a un coût et ils ont envie de faire quelque chose* ».

« *Ce prix se mesure à la fois en termes de dégradation de l'environnement et de détérioration de la qualité de vie, poursuit un ancien cadre de la Merck Family Foundation, Betsy Taylor, maintenant directrice du Centre. Nous travaillons bien plus que les Japonais ou les Européens, dit-elle. Nous travaillons l'équivalent de treize semaines par an de plus que les Norvégiens. Nous pourrions utiliser cette capacité phénoménale de productivité en loisirs ou pour passer plus de temps en famille. Mais non, nous l'employons à obtenir des objets matériels. Nos maisons deviennent deux fois plus spacieuses, les voitures sont deux fois plus grosses et deux fois plus nombreuses, les écrans de télévision deviennent de plus en plus grands... mais nous ne sommes pas plus*

*heureux.* »

Le Centre du nouveau rêve américain est né d'une conférence qui s'est déroulée en 1996, réunissant une centaine de représentants d'agences gouvernementales du monde des affaires, de groupes de défense de l'enfance, des organisations de protection de l'environnement et autres groupements à but non lucratif. « *Nous avons essayé d'examiner dans son ensemble la question de la culture de consommation, explique Betsy Taylor. Nous avons porté une attention particulière à l'impact de la société de consommation sur l'environnement. Le Centre a été fondé comme une organisation catalytique aidant les particuliers, les communautés et les institutions à essayer de réduire leurs habitudes de consommation, à protéger l'environnement et aussi à vivre une vie plus heureuse.* »

### Réduire les habitudes de consommation

La question de savoir à partir de quand on a assez pour avoir une vie satisfaisante n'est guère un sujet nouveau en Amérique ; bien des philosophes se sont penchés dessus dans le monde entier. Thoreau a étudié la question dans ses écrits de Walden Pond, de même qu'Aristote l'a fait, dans la Grèce antique. « *Nos sages et nos prophètes ont plutôt essayé d'aborder le sujet dans sa dimension personnelle et morale, ajoute Betsy Taylor, mais la question a pris maintenant une dimension nouvelle sans précédent, et concerne notre survie fondamentale. Si, dans le monde, chacun consommait autant qu'un Américain moyen, pourrions-nous préserver notre monde naturel ? La réponse est non.* »

Le site Internet du Centre et ses publications présentent quantité de données de statistiques de ce genre :

- Les Américains représentent environ <5 % de la population mondiale ; ils consomment à peu près 30 % des ressources naturelles. Si le monde entier vivait sur le même pied que les Américains, il faudrait quatre planètes Terre pour nous faire vivre.

- 62 % des Américains déclarent que la pression à la consommation qu'ils observent pendant la période de Noël les stresse et les rend moins disponibles pour profiter des joies de la famille et de la dimension spirituelle de la fête.

- Les Américains produisent deux fois plus de déchets que la moyenne européenne.

« *Nous sommes plus stressés qu'il y a trente ans, quand notre niveau de vie était de moitié celui d'aujourd'hui, constate Eric Brown. C'est seulement maintenant que nous commençons à évaluer les effets de cette consommation en termes de congestion de l'espace, de qualité de l'air, de l'eau, de manque de joies familiales, etc. Nous ne tirons aucun plaisir de toutes ces possessions.* »

Que peut-on placer à l'actif du Centre ? Betsy Taylor déclare qu'il est trop tôt pour voir apparaître un quelconque changement dans le domaine politique ou dans le monde des affaires, ni pour parler d'une modification à grande échelle des comportements. Elle cite l'exemple de Susan Anthony qui prônait le droit de vote des femmes. Ce droit n'a pas été acquis de son vivant, mais son action a changé la face du pays.

### **Achetez vert**

Ainsi, pour le moment du moins, le Centre mesure sa réussite à la façon dont son message est reçu, et il semble rencontrer quelques succès. L'an dernier, il a lancé une campagne pour que les gens diminuent leurs dépenses de fin d'année et accordent davantage d'attention aux autres aspects de ces fêtes grâce à la couverture médiatique assurée par les journaux, les magazines et la télévision. Le Centre estime qu'environ 30 millions de personnes ont eu connaissance de cette campagne. Plus de 30 000 personnes ont demandé des conseils pour *de meilleures vacances avec moins de choses*.

Une des campagnes actuelles du Centre, dénonçant l'impact désastreux de la publicité sur les enfants et donnant des conseils aux parents, a été couverte par *USA Today*, le magazine *Time* et le *Wall Street Journal*, ainsi que par l'émission de CBS *Good Morning*, pour ne citer qu'eux. Il estime que son site Internet a été visité par six millions de personnes en un an.

L'organisation offre un grand nombre de publications aussi bien sur Internet que sous forme d'imprimés. L'une d'elles, *Step by Step* (Petit à petit), publie mensuellement des conseils sur la façon de diminuer sa consommation individuelle et invite les gens à faire savoir au Centre s'ils les ont suivis. Une publication trimestrielle, *Enough* (Assez), offre un échange de vues très animé. Un récent numéro a ainsi proposé un débat sur le sujet de savoir si le mouvement écologiste était un luxe réservé aux Américains blancs, aisés.

Le Centre organise régulièrement des conférences sur des sujets concernant la consommation et l'environnement. A l'issue d'une conférence destinée à des personnes de diverses communautés religieuses, la *Unitarian Church* a décidé de distribuer la documentation du Centre à toutes ses paroisses.

En 1999, une conférence sur *Achetez vert* a rassemblé des représentants du gouvernement et de grosses entreprises comme McDonald, géant de la restauration rapide :

Eric Friedman, un acheteur de l'État du Massachusetts, assistant à cette conférence, est devenu un adepte : « *Les gouvernements dépensent chaque année des milliards de dollars pour des produits et des services, depuis les ramettes de papier jusqu'aux matériaux de construction.* » Lui et d'autres acheteurs gouvernementaux prévoient de se réunir afin de définir des moyens de rendre leurs programmes plus sains pour l'environnement.

Carol Schlitt, directrice du programme mondial pour la population du *Sierra's Club*, à Washington, ayant assisté à la même conférence, a été également impressionnée à tel point que le *Sierra's Club* a décidé de collaborer avec le Centre sur certains projets - bien que rien n'ait encore dépassé le stade des paroles. « *Le Centre a pris sur lui un défi incroyablement difficile : s'attaquer au mode de consommation des Américains, qui produit tant de déchets*, déclare-t-elle. *C'est vraiment une nécessité.* »

C'est ce genre d'activités qui donne de l'énergie à ceux qui s'occupent du Centre. Betsy Taylor le considère comme une sorte de plaque tournante pour des centaines d'organisations - et aussi des millions de gens - qui travaillent tous ensemble dans le but de créer une culture plus viable.

« *Au cours de ces premières étapes, le succès consiste à faire passer le message*, dit-elle. *Il s'agit de montrer aux Américains les coûts cachés de notre culture de consommation. Autant en les aidant à comprendre qu'en se posant la question : « Quand a-t-on assez ? », ils peuvent contribuer à une action passionnante et épanouissante.* »

« *Nous ne demandons pas aux gens de vivre sans électricité ou sans chauffage, mais ils doivent être informés. Ils pourront ainsi prendre des mesures progressives pour modifier leur mode de vie et changer notre culture.* »

Pour plus d'informations : Center for a New American Dream, Takoma Park, Maryland, Etats-

Unis, 301-891-3683 ; site Internet :  
www.newdream.org

Etats-Unis **Auteur** : Dan Hall, ancien éditorialiste au  
Rochester New York Democrat and Chronicle,

collabore avec les U S A.Today et d'autres  
publications nationales américaines

**Sources** : American News Service

**Thématiques** : [Société](#), [environnement](#), [politique](#),  
[Économie](#), [éducation](#)

**Rubrique** : [Divers](#) ()