

Faites le vide !

Vivre mieux avec moins, c'est la philosophie prônée par les minimalistes. Un mouvement qui séduit jusque dans les plus hautes sphères.

Par Claire Lefebvre

Publié le 02/02/2019 à 09:00 | Le Point

Un canapé deux places, un fauteuil, une table basse, une lampe posée à même le sol... et c'est tout. S'il n'y avait la bibliothèque installée à l'entrée, le bureau sur lequel ont été jetées quelques pièces de monnaie et l'ordinateur allumé, on jurerait l'appartement inhabité. Et pour cause : son occupant, David Schombert, est un minimaliste. Du genre extrême. Chez lui, la présence de chaque objet est mûrement réfléchi. Sa penderie est constituée d'une trentaine de vêtements. Les placards de sa cuisine renferment le nécessaire pour un seul couvert. Quant à son lit, un futon, il est roulé dans un placard et installé chaque soir dans cet espace monacal. En tout, David estime posséder entre 500 et 800 affaires. L'intérêt d'une telle ascèse ? « *Se concentrer sur l'essentiel, pour accéder plus directement au bonheur* », explique ce quadra célibataire, chef de projet dans l'informatique, installé près d'Angers. « *Les objets qui nous entourent, lorsqu'ils sont trop nombreux, finissent par nous opprimer. La plupart d'entre eux ne nous servent pas ou plus, mais on les conserve parce qu'on les a payés cher, parce qu'on se dit qu'ils pourraient nous servir un jour, parce qu'ils nous ont été offerts, parce qu'ils évoquent un être aimé ou un moment de notre passé. Résultat : ils s'entassent et on passe un temps fou à leur trouver une place, à les trier, à les ranger, à les nettoyer. Et les choses vraiment importantes sont noyées au milieu de ces bidules inutiles !* »

Garages. Nous croulons sous les objets. Pour Regina Wong, auteure du plaidoyer minimaliste « Faites de la place » (Belfond, 2018), nous sommes même « *noyés sous la profusion* ». Pour preuve, cette fascinante étude, citée dans son livre, menée par les chercheurs du département d'anthropologie de l'université de Californie, à Los Angeles, à qui 32 familles américaines ont accepté d'ouvrir leur porte. Ces dernières possédaient en moyenne 39 paires de chaussures, 90 DVD, 212 CD, 139 jouets et 483 livres et magazines. Neuf sur dix avaient tellement d'affaires qu'elles en stockaient une partie dans leur garage. Et les trois quarts de ces garages étaient tellement pleins qu'ils ne pouvaient même plus accueillir de voiture ! Quel intérêt à stocker ce minimixeur jamais utilisé, ces cours de fac qu'on ne relira jamais et tous ces chargeurs orphelins depuis longtemps de leur téléphone portable ? « *Un objet, ce n'est pas qu'utilitaire. C'est le prolongement de soi-même. Ça a une histoire, ça témoigne de certains moments de son existence et ça nous relie aux autres. Il est tout à fait normal de s'attacher* », explique Valérie Guillard, professeur de management et chercheuse à l'université Paris-Dauphine. Il n'empêche... Rien que dans nos penderies, 80 % de nos vêtements ne seraient jamais portés. De quoi donner envie à certains de tout bazarder.

Le modèle japonais

- **Zen.** Ancien acheteur compulsif, Fumio Sasaki est devenu la star du minimalisme au pays du Soleil-Levant. Pas de chambre dans ses 20 mètres carrés. Chaque soir, il sort son futon de l'armoire et le range au petit matin. [1](#)

Coachs. Tapez le mot « minimalisme » dans un moteur de recherche et vous verrez tomber en avalanche les blogs, chaînes YouTube, groupes [Facebook](#), comptes Pinterest et Instagram vantant les bienfaits d'un intérieur dépouillé, tout en délivrant conseils et mantras de type « *Less is more* ». Leurs créateurs sont de véritables stars du développement personnel, connus dans le monde entier, et souvent également coachs, conférenciers et auteurs de best-sellers. La tendance séduit jusque dans les plus hautes sphères. [Barack Obama](#), [Mark Zuckerberg](#) (Facebook), Dean Kamen (Segway), Raymond Dalio (Bridgewater Associates) ou encore le réalisateur [Christopher Nolan](#) (« Inception ») sont connus pour avoir réduit leur garde-robe au minimum, comme avant eux [Albert Einstein](#). Raison invoquée ? Le manque de temps et la volonté de ne pas s'épuiser futillement à chercher une tenue le matin. Même intention chez Thierry Ardisson, qui arbore son look monochrome à la ville comme à la scène. « *Le matin, je ne me pose pas de questions : je prends un costume noir, un tee-shirt noir, un caleçon noir. C'est réglé en trois secondes* », confie l'animateur, qui a opté pour cet uniforme il y a plus de quarante ans. « *Au départ, l'idée était d'avoir une tenue qui m'affine et fasse de moi quelqu'un d'immédiatement reconnaissable. Mais je me suis rendu compte que cela me simplifiait surtout la vie. Je ne me verrais pas faire autrement aujourd'hui.* » Steve Jobs faisait, lui, figure de véritable dieu du minimalisme. Son uniforme col roulé noir, Levis bleu, baskets New Balance grises est devenu une référence. Quant à ses créations, elles ont permis de débarrasser nos intérieurs d'une bonne partie de nos livres, journaux, CD, DVD, répertoires, agendas, carnets de notes, courriers, albums photos, ainsi que de nos radios, écrans de télévision, chaînes hi-fi, appareils photo, etc. Un rêve pour tous les amateurs de dépouillement.

Séisme. Fumio Sasaki, un Japonais de 39 ans, est l'un des chefs de file de ce mouvement. Ancien éditeur, acheteur compulsif et bordélique notoire, il a commencé à lever le pied sur ses achats en découvrant la philosophie zen et le taoïsme. Et il y a eu le séisme qui a ravagé la côte Pacifique en 2011. « *Les objets que les gens conservaient précieusement se sont transformés en armes meurtrières avant d'être engloutis par le tsunami* », raconte-t-il dans son livre « L'essentiel et rien d'autre » (Guy Trédaniel, 2017). Il se dit que tout cela n'a pas beaucoup de sens et se débarrasse de ses livres, de ses instruments de musique et d'antiquités entassées « *pour avoir l'air intelligent* ». Il donne la quasi-totalité de sa garde-robe, fait le tri dans ses relations, se désintoxique des réseaux sociaux. Le changement est tel qu'il perd 10 kilos, sans effort. « *Quand on réduit ses biens au minimum, on aiguisé sa capacité à sentir le moment où l'on en a assez.* » Best-seller au Japon, son manifeste a été traduit dans 23 langues et publié sur quatre continents. Mais c'est dans les pays riches qu'il se vend le mieux. « *Les gens se rendent compte que non seulement acheter ne rend pas plus heureux, mais que cela contribue en plus à leur malheur en les encombrant, en créant sans cesse de nouveaux besoins et en les obligeant à travailler dur pour les assouvir ou pour rembourser un crédit. C'est autant de temps en moins consacré à sa famille, à ses amis, à ses passions* », explique notre gourou du vide. Il cite les recherches en psychologie sociale de Sonja Lyubomirsky, directrice du laboratoire de psychologie positive de l'université de Californie. Selon elle, les conditions de vie (richesse matérielle, cadre de vie, santé, etc.) ne conditionnent notre bonheur qu'à hauteur de 10 %. Le reste est déterminé à 50 % par nos gènes et à 40 % par notre comportement. « *C'est sur ces 40 % qu'il faut agir* », martèle Fumio Sasaki. Pour cela, il faut favoriser les interactions sociales, les rencontres, les voyages, les pratiques sportives, intellectuelles et spirituelles, etc. Et oublier purement et simplement les après-midi de shopping.

Plaisir éphémère. A l'attention de ceux qui évoqueraient le shoot de plaisir ressenti en achetant quelque chose de neuf et ardemment désiré, le Japonais a une réponse toute prête, là

encore tirée de la psychologie sociale : ce plaisir-là est éphémère. D'abord parce que la société de consommation est fondée sur la frustration permanente. Si vous venez d'acquérir la voiture de vos rêves, le marketing se chargera de vous faire regretter de ne pas avoir attendu la sortie du nouveau modèle. Ensuite, parce que nos réseaux neuronaux sont ainsi faits que l'on « *s'habitue terriblement vite aux choses, surtout lorsqu'elles sont positives* ». A force de répétitions, elles finissent par perdre de leur impact émotionnel et, pour revivre ce shoot, il faut consommer de nouveau. Seule solution pour sortir de ce cercle : entretenir un rapport distancié aux choses.

Philippe Moati, professeur d'économie à l'université Paris-Diderot et cofondateur de l'Observatoire société et consommation, y décèle un certain snobisme. « *Il y a la volonté de se distinguer dans une société d'abondance, où l'accumulation de biens ne permet plus de signifier son appartenance à une classe sociale, mais aussi l'usure des consommateurs face aux scandales à répétition : crises sanitaires, Dieselgate, obsolescence programmée...* » L'économiste, spécialiste des consommations émergentes, a vu le phénomène poindre à partir de 2012 : « *A l'époque, la volonté de "consommer moins, mais mieux" était balbutiante. Aujourd'hui, environ un quart des Français se disent concernés.* » A la « *pointe émergée de l'iceberg* », les minimalistes et aspirants minimalistes seraient selon lui plutôt jeunes, urbains, connectés, diplômés, aisés, amateurs de yoga, de jus détox et surtout en quête de sens. « *Ils sont bien sûr soucieux des questions sociales et environnementales, mais, à l'inverse des décroissants, qui sont très militants, leur souci majeur est de combler un vide existentiel là où la société de consommation n'y parvient plus. Ce sont les mêmes, d'ailleurs, qui décident de passer un CAP pour faire un métier qui leur plaît, quitte à baisser leur niveau de vie.* »

« **Retour aux sources** ». Dominique Desjeux, professeur d'anthropologie sociale et culturelle à Paris-V Sorbonne, pense à une volonté de purification typiquement judéo-chrétienne. « *C'est un phénomène social que l'on voit revenir périodiquement dans l'histoire, l'art et la religion. Le protestantisme a succédé à l'opulence catholique. Le classicisme est une réponse au rococo. Le minimalisme – qui est à l'origine un courant d'art contemporain – s'est construit en opposition au pop art. Tous ces courants traduisent une volonté de retour aux sources.* »

Ancienne blogueuse de mode, devenue coach en développement personnel, Caroline de Surany a bénéficié pendant des années « *de tonnes de fringues* » des marques. Son dressing de l'époque ? Une pièce entière débordant de vêtements. Le déclic se produit lors d'un Festival de Cannes. « *J'étais chaque soir sur le tapis rouge, coiffée, maquillée et habillée comme une star. Une sorte de consécration.* » Mais le vertige n'est pas celui attendu : « *Atteindre ce "sommet" m'a fait prendre conscience de l'absurdité de ce métier* », dit-elle. S'ensuit un voyage de trois mois en Inde, avec dans son sac à dos le strict nécessaire. Et à son retour un grand ménage. « *Plus je donnais, plus je me sentais légère.* » Petit à petit, la trentenaire voit disparaître cet « *état de tension permanent* » qui l'obligeait à se tenir informée de chaque tendance, à se rendre à chaque vente privée et à se soucier du regard des autres comme si sa vie en dépendait. Aujourd'hui, sa penderie ne compte plus qu'une centaine de pièces, chaussures, manteaux et bijoux compris. Le plus difficile ? Tenir sur la durée, car « *les sollicitations restent nombreuses* ». Il y a les anniversaires, les Fêtes des mères ou des pères, et puis le cauchemar suprême du minimaliste, Noël. « *Lorsqu'on me demande ce qui me ferait plaisir, j'explique que je préfère qu'on m'offre quelque chose d'immatériel : un resto, un spectacle, un voyage* », explique la Parisienne.

Que les défenseurs d'une croissance franche et durable se rassurent : l'avènement de cette philosophie ne sonne pas le glas de la société de consommation. « *Mais nous entrons clairement dans sa saison 2, avec des dépenses moins basées sur l'accumulation de biens et davantage sur l'expérience* », indique Philippe Moati, qui observe l'explosion du bricolage, du jardinage et des loisirs créatifs. « *Cela ne réglera pas les problèmes environnementaux, car ces activités nécessitent du matériel et cela a un impact sur la planète, mais cela amènera à des individus plus épanouis. Ce n'est déjà pas si mal.* »