

Préface

Les magasins et les écrans débordent de promesses de plaisirs alléchants, la consommation, toujours plus de consommation, est devenue la norme du plaisir et du bonheur. Le marketing façonne habilement nos désirs les plus profonds. La quête et l'accumulation de la marchandise, matérielle ou immatérielle structurent nos vies, nos pensées.

Dans ce recueil de chroniques enregistrées pour XERFI Canal, Benoît Heilbrunn, « professeur critique » de marketing et de communication, mais aussi philosophe et sémiologue, nous invite à démystifier le monde complexe du marketing et de la marchandise, en débusquant ses excès, ses contradictions, mais aussi à partir à la recherche d'un monde meilleur où le capitalisme ne serait plus le problème mais la solution.

Par une approche transdisciplinaire, l'auteur scrute les recoins de ce système, révélant les fondements parfois problématiques de l'échange, de la dette infinie, les pulsions destructrices, et les paradoxes inhérents du capitalisme. Chemin faisant, il déconstruit les idées reçues, mettant en relief le caractère paradoxalement romantique plutôt que matérialiste de la société de consommation, sans esquiver les dilemmes éthiques posés par la fuite en avant dans la marchandise et ses signes.

Heilbrunn s'attaque bien sûr au marketing, cette superstructure de l'économie capitaliste au sens de Gramsci, qui reproduit à l'infini notre économie de consommation. Il nous incite à regarder au-delà des discours, des images, des packagings, des rayons, des vitrines, des écrans. Il démystifie le mythe de la dématérialisation, celui de l'économie circulaire, l'illusion de l'effet générationnel, la fausse couronne du consommateur-roi. L'auteur met à jour les tactiques subtiles de la machine marketing, qui, de la stimulation de la

frustration à l'instigation de la peur, entretient le cycle d'insatisfaction pour nourrir toujours plus de demande.

Mais Heilbrunn ne rejette ni le capitalisme ni le monde marchand. Le capitalisme est aussi au travers de l'échange, un espace de dialogue et de liberté. L'optimisme, l'hédonisme alternatif, l'utilitarisme y sont envisagés comme des moyens de réorienter nos sociétés vers des formes plus vertueuses, basées sur des valeurs humaines et écologiques, où le profit n'est plus le seul moteur de l'économie.

À travers ces chroniques, voilà une exploration audacieuse, parfois paradoxale mais sans complaisance du monde de la marchandise et du marketing. Nous ne sommes pas de simples victimes passives du système, nous avons le pouvoir de le changer harmonieusement. Les reproches cinglants à l'égard du marketing et de la manipulation des désirs sont un appel à reprendre, paisiblement, le contrôle de nos choix.

Laurent Faibis
Fondateur de Xerfi et Président du C.S.
Directeur de la rédaction de XERFI Canal

Avant-propos : l'échange impossible

« *Crois, ou je te tue éternellement*¹. » N'en déplaise aux hérauts de la croissance infinie, il se pourrait que la raison d'être du capitalisme soit davantage liée au régime du croire qu'à la litanie du croître. Il est celui qui ne pourrait d'ailleurs avancer ou même exister sans une foi dans l'avenir. On ne peut donc s'abstraire de sa religiosité, puisqu'il dépend d'un *ethos* partagé, dont le sociologue Max Weber a clairement montré qu'il était lié à l'avènement du protestantisme et de la culture bourgeoise². Cet *ethos* implique une éthique de la conscience professionnelle et une valorisation du travail comme activité donnant sens à la vie. L'idée principale est d'utiliser les autres hommes pour faire de l'argent tout en y trouvant une vertu. En ce sens, les entrepreneurs représentent aux yeux de Weber une nouvelle forme de comportement social et économique : en refusant la jouissance stérile et en prônant l'abstinence et l'effort aussi bien dans la vie quotidienne que dans les comportements économiques, ils transposent l'ascétisme religieux en un ascétisme séculier.

Cet *ethos* protestant animé par le désir d'accumuler des richesses, mais aussi par celui, inverse, de respecter l'interdiction morale d'en jouir, pourrait paraître contradictoire. En organisant les mécanismes d'accumulation et de dépense de la valeur économique, le capitalisme nous expose à la question du sacrifice, sachant que la séparation entre le sacré et le profane est l'essence même du religieux. Cette forme d'ascèse qui constitue le ressort de la discipline des sociétés industrielles est le lieu d'une tension constante entre la pulsion de vie et la pulsion de mort. L'espérance que l'on peut nourrir (ou pas) à l'égard du capitalisme se nourrit nécessairement de cette tension.

À partir du moment où sa fonction principale est la fructification du capital, le capitalisme ne peut se comprendre sans l'espoir d'un gain futur. L'idée principale est que le renoncement à la consommation immédiate permet de consommer plus dans le futur. C'est d'ailleurs sur cette promesse que

1 Valéry, P. (1960), Chap. Cahier B, *Œuvres II*, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, Paris, p. 577.

2 Dans son ouvrage *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*.

se fondent les religions, à savoir que le renoncement à la consommation est liée à la promesse d'un bonheur éternel.

Ce système ne peut fonctionner que sur un principe d'équivalence qui s'avère impossible comme en témoigne l'indécidabilité des discours, des stratégies et des enjeux, et comme nous ne pouvons que le constater jour après jour. Or, pour pouvoir fonctionner, chaque système doit s'inventer un principe d'équilibre (échange de valeur, causalité, finalité) qui joue sur des oppositions : le bien et le mal, le vrai et le faux, le signe et le référent. C'est quand cette relation bipolaire se brise qu'il génère sa propre masse critique et prolifère de façon exponentielle. C'est quand il n'y a plus de référence interne au système à l'intérieur duquel l'échange puisse se faire que se met en place un désordre spéculatif.

L'illusion de la sphère économique repose justement sur sa capacité à avoir aspiré un principe de réalité et de rationalité, oubliant que l'échange est impossible. Cette illusion pousse les systèmes à l'incohérence, l'hypertrophie et la destruction massive et conduit à une grande incertitude concernant les êtres vivants. À mesure que les recherches médicales deviennent toujours plus fines et ramifiées, il devient de moins en moins possible de répondre à cette question : qui gouverne la vie ? Qui gouverne la mort ? Car ce phénomène complexe qu'est la vie ne peut s'échanger contre aucune autre finalité. Il n'est en effet pas possible de concevoir en même temps la vie et sa finalité ultime. Et tout ce qui a vertu à s'échanger se fracasse irrémédiablement contre la barrière de l'échange impossible. C'est ce qui annule toute volonté de donner un sens au monde. Ce qui ne peut s'échanger prolifère à l'infini. C'est cette continuité du « Rien » qui fonde la possibilité d'un grand jeu de l'échange.

Toutes les stratégies se résument à ceci : faire circuler la dette, le crédit. C'est cette circulation infinie de la dette que l'homme porte en perpétuel pécheur. C'est ce stratagème que Nietzsche analyse parfaitement. Dieu, ce « grand créancier », en rachetant la dette de l'homme liée au sacrifice de son fils, crée une situation dans laquelle la dette ne pourra jamais être rachetée par le débiteur. En ce sens, il crée la possibilité d'une circulation infinie de cette dette dans laquelle l'homme porte

le fardeau éternel de son péché. C'est la ruse de Dieu, mais c'est aussi, comme l'a fort bien compris le sociologue Jean Baudrillard, la ruse du Capital qui, en même temps, plonge le monde dans une dette encore plus grande. C'est pourquoi, il nous incombe de penser un monde ou un à-venir autre que la liturgie éternelle du chiffre et du pognon.