

L'autre Parole

La revue des femmes chrétiennes et féministes

La SIMPLICITÉ VOLONTAIRE



NO 97, PRINTEMPS 2003

Som-mère

Liminaire, <i>par Yvette Laprise</i>	p. 3
Les rouages de la société de consommation, <i>par Christine Lemaire</i>	p. 4
La consommation responsable, <i>par Myriam Orostegui</i>	p. 11
L'or bleu, <i>par Hélène Saint-Jacques</i>	p. 13
L'agriculture soutenue par la communauté, <i>par Myriam Orostegui</i>	p. 15
Haro sur les sessions, <i>par Monique Dumais</i>	p. 17
La simplicité dans l'abondance, <i>par Christine Lemaire</i>	p. 20
La simplicité volontaire, <i>par Diane Gariépy</i>	p. 24
Simplicité volontaire et implications sociales, <i>par Louise Bergeron</i>	p. 27
Des choix et des cheminements, <i>par Louise Garnier</i>	p. 28
Pour des relations humanisantes, <i>par Louise Melançon</i>	p. 31
La simplicité évangélique, <i>par Yvette Laprise</i>	p. 34
Bibliographie, <i>par Christine Lemaire</i>	p. 39
Saviez-vous que..., <i>par Agathe Lafortune</i>	p. 42

PHOTO DE LA PAGE COUVERTURE:

Monique Hamelin, 2001

Liminaire

Au moment d'écrire ce liminaire, je pense à la crise sans précédent qui secoue notre planète. Où va notre monde ? Que devient l'humanité dans cette logique de guerre ?

Le présent numéro s'inscrit dans cette mouvance de nos sociétés en gestation d'une civilisation nouvelle. Le thème qu'il traite : « *la simplicité volontaire* » nous fait pénétrer dans le gigantesque secteur de la consommation pour en signaler les pièges et proposer, en contrepartie, les moyens de les déjouer.

Parmi les pièges, la publicité rentable joue un rôle de premier plan. Rien n'est épargné pour séduire un client potentiel et l'inciter à consommer. Pour contrer cette manipulation bien orchestrée, il importe de nous familiariser aux rouages de la société de consommation ; de prendre conscience de l'impact que produit notre type de consommation sur les personnes et l'environnement ; d'encourager les initiatives qui proposent une autre manière de consommer plus écologique et humanisante.

Dans le monde si vaste et si varié de la consommation, les choix et les cheminements sont multiples. Des témoignages nous assurent que vivre autrement (simplement) est possible. Mais

la route est longue pour sortir de l'asservissement moderne où nous a conduit la surconsommation. À l'heure actuelle, notre société vit sous le mode « *avoir* » et cette orientation influence toutes nos valeurs. Pour nous libérer de cette dépendance déshumanisante, il nous faut revenir au mode « *être* » prometteur d'avenir.

Que le souffle du printemps, porteur de renaissance et évocateur de résurrection, hâte l'avènement de cette nouvelle humanité !

Bonne lecture !

Yvette Laprise
Comité de rédaction



QUELQUES ROUAGES DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

Un cas d'espèce : les femmes

Christine Lemaire, *Bonne Nouv'ailes*

Depuis qu'elles gagnent leur propre argent, les femmes ont été découvertes par les «marketers». Leur nouveau pouvoir d'achat, combiné au grand pouvoir d'influence qu'on leur reconnaissait déjà, fait d'elles un sujet d'étude captivant et rentable!

Une science d'une très grande sophistication : faire consommer.

Depuis le 11 septembre 2001, les gouvernements du monde ont élevé la consommation au rang d'acte patriotique et payent avec nos deniers des publicités nous enjoignant de « faire rouler l'économie ». « *Si nous allions dans les magasins seulement quand nous avons besoin d'y acheter quelque chose, et si, une fois entrés, nous n'y achetions que ce que nous sommes venus acheter, l'économie s'effondrerait... Boum.* »¹ C'est ce qu'avance Paco Underhill dans son best seller intitulé « *Why we buy?* ».

Cette « science du shopping », qui fait l'objet de l'ouvrage de Underhill, atteint un niveau de raffinement qui pourrait surprendre. Les consommatrices et les consommateurs d'aujourd'hui, y sont étudiés au microscope. On fait appel à toutes les disciplines pour les comprendre, de l'ergonomie à la psychanalyse, en passant par l'anthropologie. Il en résulte une capacité inégalée de « faire acheter ». C'est une guerre : accaparer le maximum de territoire dans l'esprit et le

budget des clientes, dans un environnement où ces dernières n'ont jamais été autant sollicitées.

D'abord, le rythme de développement des nouveaux produits s'est accéléré sensiblement. De fait, une centaine de nouveaux produits sont introduits chaque jour dans les commerces de détail de la planète². Dans les entreprises, tout est mis en œuvre pour répondre aux besoins des consommatrices et des consommateurs, même les moindres besoins, même les besoins les plus inconscients. Une fois que ces produits sont développés, ils sont mis en marché avec efficacité. À ce titre, la concentration des organisations (par fusion ou acquisition) et les partenariats, de plus en plus nombreux entre celles-ci, sont deux éléments permettant d'accroître la présence répétée d'un produit dans l'environnement des individus. Dans tous les cas « synergie » est le maître mot. Pensez à votre pharmacie du coin qui, grâce à votre carte « privilège », peut connaître toutes vos habitudes d'achat et donc vous envoyer les promotions qui

1. Underhill, Paco. *Why we buy?* 1999, p. 31 (traduction libre).

2. Joulin, Nathalie. *Les coulisses des nouveaux produits*. 2000, p. 8.

vous conviennent, vous conseiller certains produits dans une revue gracieusement distribuée et vous demander vos commentaires grâce à son site internet. On tisse autour de chaque consommatrice ou consommateur un réseau d'informations d'une grande cohérence, dont les parties se répondent et se complètent l'une l'autre pour assurer un maximum de visibilité à des produits s'adressant à une clientèle de mieux en mieux ciblée³.

Ensuite, on parle avec plus de compétence des produits qu'on veut nous vendre. Pour mieux nous convaincre, une bonne publicité emploiera moins les éléments rationnels que les arguments émotionnels et même « reptiliens ». Ce dernier terme, employé par l'anthropologue Clothaire Rapaille⁴, fait référence à notre inconscient, qui est « non réductible et non négociable ». C'est lui qui, en bout de ligne, nous fait agir. Sur cette base, ce grand stratège a développé avec succès la campagne de promotion de la marque de café *Folgers* (Procter and Gamble) en jouant sur les émotions que suscite la bonne odeur du café le matin, celle que l'on a sentie dès notre plus jeune âge dans le tout premier cocon familial. Dans ce contexte, la provenance des grains a bien peu d'importance; tout se joue sur les émotions.

Enfin, après les bombardements publicitaires et les judicieux conseils des revues féminines, les consommatrices (comme les consommateurs) arrivent en magasin. Si les moyens mentionnés précédemment ont porté fruit, le produit est là, sur leur liste ou entre leurs deux oreilles, lorsqu'elles font les achats qu'elles prévoyaient faire. Sinon, tout n'est pas perdu : 48% du total des achats se fait par impulsion⁵. C'est ce 48% qui, selon Underhill, assure la santé de notre économie. Mais, pour réussir à faire passer un produit à la caisse, il faut faire vite : dans 75% des cas, la durée moyenne d'un achat est moins de 10 secondes⁶. Promenez-vous dans un magasin et dites-vous que tout ce que vous y voyez n'est jamais là par hasard. L'emplacement de chaque produit sur les tablettes est le résultat d'intenses négociations dans les bureaux chefs des grandes chaînes de commerce de détail. Il est reconnu que le produit placé à la hauteur des yeux a plus de chances d'être sélectionné. Chaque étalage, chaque promotion, chaque jumelage d'offres de produits (ex. étalage d'appareils photos jetables près des gâteaux d'anniversaires) sont l'objet d'études approfondies ayant pour but d'atteindre une rentabilité maximum. Les débuts de parcours de magasinage (là où votre budget n'est pas encore entamé) sont

3. Voir à ce sujet: Klein, Naomi. *No logo*, 2001, chapitre 7.

4. Rapaille, Clothaire. *Dans l'alimentation, la globalisation, c'est pas mangeable*. Conférence donnée dans le cadre de l'événement Marketing de l'AMPAQ, 23 novembre 2000.

5. Joulin, p. 224.

6. Ibid

particulièrement convoités par les fabricants de produits.

Le nouveau pouvoir des femmes

On l'a dit, c'est depuis qu'elles prennent une place importante dans la population active et qu'elles y détiennent de meilleurs emplois que les femmes ont gagné en valeur aux yeux des vendeurs de tout acabit. Puisqu'il ne s'agit pas d'un phénomène ponctuel (les femmes sont de plus en plus nombreuses dans les universités, par exemple) les théoriciennes et les théoriciens du marketing évaluent leurs nouveaux pouvoirs tout en revalorisant les anciens.

Pouvoir du revenu.

Grâce aux bouleversements que le féminisme a provoqués, les femmes représentent, dans bien des catégories de produits, un nouveau marché : informatique, quincaillerie, bière... Mais c'est la hausse constante de leurs revenus qui pousse les publicitaires à adapter les messages qu'ils auraient pu destiner à la masse. C'est particulièrement vrai dans le domaine de l'automobile où les *Saturn*, *Volkswagen* et autres marques font des femmes une cible privilégiée.

Pouvoir générationnel.

C'est bien connu : on achète souvent les produits que nos mères utilisaient. Comme les femmes ont souvent la charge de la maison en plus de leur carrière, cette affirmation est toujours d'actualité. Cela va bien plus loin que la

soupe au poulet *Lipton*. Par exemple, en développant la clientèle enfantine, on s'assure de capter au plus tôt la loyauté des futures consommatrices. C'est ainsi que certaines chaînes de vêtements, comme *GAP*, présentent à peu près les mêmes types de vêtements pour tous, du bébé à l'adulte. En créant, dès le berceau, un style qui plaît à la mère, celui-ci continuera à se développer avec la nouvelle génération.

Pouvoir de changer les choses!

Dans son livre, très justement intitulé « *EVEolution* », Faith Popcorn présente huit « vérités » dont doit tenir compte tout fabricant ou publicitaire qui veut plaire aux femmes. La huitième : *Tout compte. Ne vous dissimulez pas derrière votre logo*⁷, postule que les femmes font des affaires avec les gens qui agissent avec conscience et en qui elles ont confiance. Pour Popcorn, la responsabilité n'est plus juste une affaire de relations publiques. C'est un élément indispensable dans l'historique d'un produit dont les mots clés sont : réputation, éthique, honnêteté, intégrité. Afin de rencontrer ces exigences féminines, Popcorn enjoint les entreprises de porter une attention maniaque aux détails. De fait, les femmes sont attentives aux moindres détails : des éléments les plus intangibles comme les valeurs et l'éthique jusqu'aux plus prosaïques comme la propreté des lieux et l'amabilité du personnel. Selon Popcorn, les marques devront être à l'avenir d'une grande transparence dès leur origine et au quotidien. En raison de cette « vérité », assisterons-nous à la

7. Popcorn, Faith. *EVEolution. Le pouvoir économique des femmes et les nouvelles stratégies de marketing*, 2001, p. 243.

disparition de tous les « *sweatshop* » de la terre? À ses yeux, il ne fait pas de doute que nous en avons le pouvoir....

Aujourd'hui, les femmes ont le pouvoir de changer les modes de mise en marché. Si notre « castor bricoleur » est devenu un « centre de rénovation et de décoration », c'est que les femmes n'achètent pas des objets : elles achètent de l'utilité, de la chaleur, de la beauté et du confort⁸. Et si on voit de plus en plus de publicité dans les films, c'est que les femmes ont une « vision périphérique »⁹, c'est-à-dire qu'elles achètent de préférence les objets dans leur contexte d'utilisation. À ce titre, vous verrez toujours, en générique, le nom de la boutique qui habille telle artiste ou telle animatrice; car si un vêtement lui sied bien, pourquoi pas à nous?

Libérez ces femmes!

Depuis qu'elle existe, l'activité du magasinage a été confiée aux femmes qui s'en sont acquitté consciencieusement. On ne peut donc pas s'étonner qu'elles aient développé à ce sujet, une certaine expertise. Selon Paco Underhill, les femmes qui magasinent sombrent dans une espèce de rêverie dans laquelle elles se trouvent concentrées, inquisitrices, comme à l'affût. Pour leur permettre d'exercer en toute quiétude leurs achats, il importe de s'occuper soigneusement de la personne qui les accompagne.

Le conjoint

Un centre d'achats bien conçu fera avoisiner, par exemple, un magasin d'électronique avec une boutique de mode pour femmes. Car un conjoint qui s'ennuie accélère le temps du magasinage. Pour le retenir, quoi de mieux qu'un divertissement qui l'attire. En parallèle, dans une boutique de mode réputée, on aménagera des aires de repos pour que le mari puisse attendre sans trop rechigner.

Les enfants

Le carrousel, la petite ferme de Pâques, les haltes garderie dans les commerces de grande surface, en créant des centres d'attractions pour les enfants, permettent aux femmes de prolonger sans inquiétude leur temps de magasinage. Les aires d'allaitement sont une nouvelle manière d'inviter les travailleuses, libérées pendant une *grosse* année de congé de maternité, à venir se détendre tout en magasinant. Les marchands savent aussi, qu'il sera toujours extrêmement rentable de voir les enfants accompagner leurs parents à l'épicerie. En plaçant les céréales sucrées, la confiserie, les « petits poudings » à la hauteur de leurs yeux... le petit panier d'épicerie, si gentiment mis à leur disposition, se remplira bien vite.

L'amie

Les femmes ont traditionnellement con-

8. Underhill. Le chapitre 9 porte sur les comportements féminins d'achat.

9. Popcorn, p. 137.

sidéré le magasinage comme une occasion de socialiser. Bien que leur travail et, par conséquent, le manque de temps, les amène à adopter des comportements plus « masculins », il n'en reste pas moins qu'une femme accompagnée d'une amie restera bien plus longtemps dans un magasin... C'est pourquoi les entreprises font beaucoup de promotion sur le thème de l'amitié.

Vous l'aurez compris, beaucoup de « petites attentions » que les détaillants semblent réserver à leur clientèle, ont pour but d'étirer le temps à passer dans le magasin. C'est mathématique : plus le temps passé à magasiner est long, plus les chances d'achat sont nombreuses ! C'est pourquoi les concepteurs de nouveaux magasins allouent un pourcentage d'espace non directement destiné à la vente, afin d'accroître de façon très sensible, l'efficacité de l'espace de vente. Par exemple, les toilettes, que l'on retrouve dorénavant dans presque tous les types de magasin, servent à favoriser le temps du magasinage.

Feu « la petite madame »

Le prochain millénaire sera féminin, le saviez-vous ? L'ancien, dont chaque année commence par le chiffre « un », était individualiste et phallique ! Le nouveau, celui dans lequel nous mettons les pieds, commençant par le chiffre « deux », un chiffre tout en courbes, serait le symbole de la féminité et de la communication¹⁰. Ces propos de Faith Popcorn, cette spécialiste des tendances

américaines, sont les plus triomphants qu'il m'ait été donné de lire concernant les femmes. Plus réjouissant encore, c'est à des hommes que l'auteure s'adresse en particulier. Elle peut se le permettre puisque son analyse de la réalité lui fait conclure que les femmes influencent 80% des achats des ménages¹¹.

Sous sa plume, les femmes cessent d'être des bavardes invétérées et perfectionnistes pour devenir des communicatrices nuancées. Dans ce nouveau contexte, les valeurs et les traits traditionnellement attribués aux femmes cessent d'être considérés comme des préjugés et deviennent des traits de consommation importants qu'il faut respecter et auxquels il faut s'adapter sous peine de mort. De manière générale, le fait de considérer les « petites madames » comme des enfants attardées, est aujourd'hui condamné par tous les gourous de la consommation. Cette mise en garde est d'autant plus importante que la « sensibilité des femmes » (n'y voyez aucune ironie) excelle à distinguer une attitude vraie d'une autre plus basement intéressée.

Tout cela n'est pas gratuit.

Le marketing et la publicité ne remettront jamais en cause la société dans laquelle nous vivons. Bien au contraire, ils sont, pour cette société si justement dite « de consommation », de formidables agents de communication des valeurs qui la sous-tendent. À ce titre, ce

10. Popcorn, p. 240.

11. Popcorn, p. 27.

sont des outils de reproduction sociale, mais des outils parvenus à un niveau de sophistication inégalé. Ici, comme dans bien d'autres domaines, cette efficacité incroyable comporte des conséquences qui échappent à notre contrôle.

Rapport au corps

Les femmes d'aujourd'hui, selon les analystes, sont beaucoup plus à l'aise dans leur peau. Les fabricants de lingerie fine ou de cosmétiques les présentent sensuelles, sans pudeur, audacieuses. Aussi les publicitaires font-ils dire à leurs mannequins qu'elles ne sont pas des « bébelles »... bien qu'elles en aient encore tout l'air. Nos filles seront-elles plus libres si, en plus d'être belles, elles ont à se montrer impertinentes et sans scrupules?

Stéréotypes sexuels

Sous le couvert de la sensualité, on présente encore bien des couples où les femmes tiennent le rôle de la victime consentante. Après quelques années d'accalmie, j'ai le sentiment que les images de femmes enfants, de femmes objets, de femmes jouets sont revenues en force, présentées cette fois par les grandes marques internationales qui imposent à tous et à toutes des « looks » standardisés. C'est là sans doute un autre effet pervers de la mondialisation.

Par ailleurs, ce n'est pas parce qu'elles pratiquent le métier d'espionnes, qu'elles ont la clairvoyance d'un magicien ou l'endurance d'un fakir, que les femmes n'ont pas à laver leur

plancher.... Aujourd'hui, les femmes n'ont plus à être de simples bonnes ménagères. Elles ont à être de bonnes ménagères supérieurement intelligentes.

Pauvreté

Bien que je ne puisse m'empêcher d'admirer une publicité efficace, un concept bien ficelé ou un « produit dérivé » particulièrement imaginatif, je continue à m'inquiéter à voir comment l'étau de la consommation se ferme implacablement sur certaines femmes, les rendant constamment insatisfaites, tendues, obsédées par le désir d'acheter tel ou tel bien de consommation.

L'accroissement du revenu d'une certaine classe de femmes fait saliver les marchands. Pourtant, les femmes sont encore systématiquement plus pauvres que les hommes. Il n'en reste pas moins que c'est à toutes les femmes que les publicitaires font la cour. Quel résultat ces belles campagnes de promotion auront-elles sur la bourse des ménages dont les cordons sont encore majoritairement tenus par des femmes?

Écologie

En Europe, le nombre de produits contenus dans un panier moyen est passé d'une vingtaine à une cinquantaine et ce, en une ou deux décennies¹². Au Québec, nous avons toujours la réputation de nous situer, dans ce genre de statistiques, entre l'Europe et les États-Unis. C'est dire comment notre rythme de consommation s'est accéléré. Un autre facteur d'accroissement de la consom-

mation est dans la baisse de qualité de fabrication des produits. De fait, afin de rapprocher le moment de renouveler un objet, les organisations se sont mises à « gérer l'obsolescence », c'est-à-dire à assurer tout juste assez de qualité pour sauvegarder leur réputation, tout en amenant les gens à remplacer le produit défectueux ou devenu plus rapidement désuet.

Les femmes d'aujourd'hui peuvent enfin choisir les rôles qu'elles veulent jouer. Le problème est que ces rôles s'empilent au lieu de se substituer les uns aux autres¹³. Dans leur course perpétuelle contre la montre, elles ont besoin d'aide. Les fabricants sont tout disposés à la leur offrir...mais à fort prix pour l'environnement. En effet, le prêt-à-manger, les portions individuelles demandant des emballages sophistiqués ainsi que tous les gadgets jetables, sont des catégories de produits en pleine expansion... Pourquoi remettrait-on en question un comportement si lucratif? Mais en mettant tout à la disposition des femmes d'aujourd'hui pense-t-on aux femmes de demain?

Citoyenneté

Les marchands ont un produit à vendre; pour eux, c'est une question de survie. Ils prendront tous les moyens pour convaincre les consommatrices que ce qui est d'une importance capitale pour eux doit être ressenti avec la même acuité par elles.

12. Joulin, p. 224.

13. Popcorn, p. 68-9.

Alors que le monde est en pleine effervescence, que de grandes questions éthiques, écologiques et sociales se posent à nos civilisations, on fait encore croire aux femmes que ce qui importe avant tout, c'est la couleur de leur rouge à lèvres. Leurs cheveux auront peut-être plus d'éclat, mais sous quel soleil brilleront-ils?

Tout est « récupéré ».

Les grandes théories de marketing, de publicité et de mise en marché font montre aujourd'hui d'une grande modestie et d'un grand respect à l'égard des consommatrices à qui elles s'intéressent en se faisant l'écho fidèle de leur moindre besoin. Peut-on proclamer pour autant que la consommatrice et le consommateur soient placés au sommet de la pyramide de notre société de consommation? Pas vraiment. Un autre pouvoir plus diffus se manifeste avec autorité : celui des actionnaires. Après avoir payé de la qualité de leurs emplois, quand ce n'est pas de leurs emplois eux-mêmes, consommatrices et consommateurs sont maintenant appelés à faire d'autres sacrifices afin de sauvegarder la rentabilité des entreprises où ils dépensent cet argent gagné de plus en plus difficilement. Partout, la baisse de la qualité des produits, justifiée par la rentabilité, va donc au profit des actionnaires. De fait, les consommatrices et consommateurs ne servent plus qu'à nourrir ce monstre

Suite à la page 16

LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Myriam Orostegui

Agente de recherche et de formation

Nous vivons dans une société de surconsommation où nous pouvons acheter tout ou presque, si nous en avons les moyens, bien sûr. C'est un autre impact de la globalisation des marchés. Nous disposons au Nord de plus en plus de produits peu dispendieux, fabriqués dans les pays du Sud, là où les conditions de travail ne respectent pas toujours la dignité humaine, ni l'environnement. Pour faire face à cette situation, réparer les dommages sur l'environnement et sur les personnes, rien de tel que d'encourager la consommation responsable en s'initiant à ses rouages.

Consommer est un acte quotidien visant à répondre à des besoins essentiels comme se nourrir, se vêtir et s'abriter, mais depuis quelque temps, nos besoins dits essentiels ont bien changé. Aujourd'hui il est plus facile d'y répondre. Donc nous achetons pour d'autres raisons que pour l'essentiel. Nous achetons pour passer le temps, pour combler une frustration, pour faire comme tout le monde, pour nous afficher socialement, pour soulager notre conscience, pour nous divertir...

Dans les magasins de grande surface : supermarchés, pharmacies, tout est planifié pour nous faire dépenser davantage. De plus, la publicité et le marketing nous influencent énormément. C'est d'ailleurs pourquoi les grandes compagnies mondiales dépensent beaucoup plus pour la publicité que pour la fabrication de leurs produits. De partout, depuis le réveil jusqu'au coucher, nous sommes sollicités en tout lieu, même jusque

dans les toilettes des magasins, des écoles et des universités.

Ces stratégies de marketing viennent chercher nos états d'âmes, nos émotions. Elles nous proposent de solutionner n'importe quel problème qui peut nous affecter par l'achat de quelque chose. Ceci est renforcé par l'anonymat et l'individualisme favorisés dans les grandes villes de la société moderne, par la disparition des liens familiaux et de la solidarité d'autrefois. Bien entendu, dans cette société de surconsommation, où tout devient marchandise, nous avons plus de signification en tant que producteur/productrice et consommateur/consommatrice qu'en tant que citoyen/citoyenne.

Sous nos chics tenues vestimentaires, nos chaussures « dernier cri » pour la course à pied, le tennis ou les randonnées, se dissimule, la plupart du temps, le travail d'enfants et de jeunes femmes exploités par des horaires de travail

abusifs, à rémunération insuffisante, sans programmes de santé et de sécurité (harcèlement, viols, humiliations) et sans droits syndicaux.

Il faut comprendre, de plus, que ce système de production est non écologique et met la planète à sec. Il est facile de se rendre compte qu'il constitue une menace sérieuse à la survie de la planète...et de nous tous et toutes...à moins de repenser dès maintenant notre façon de consommer : **Réduire, Réutiliser, Recycler**. Ce fameux 3 «R» est le fondement du principe de la consommation responsable. Le premier «R» demeure le plus important des trois. Tout produit non consommé diminue l'exploitation et l'utilisation tant des matières premières, comme le bois, l'eau, les métaux, que des êtres humains.

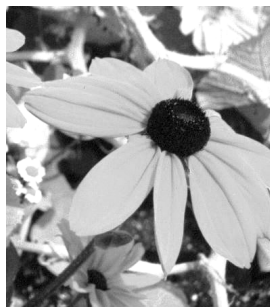
Il n'est aucunement question de renoncer à consommer, mais de devenir plus consciente de l'impact de notre consommation sur les personnes et sur l'environnement, ici et partout dans le monde. La consommation responsable est en lien direct avec le commerce équitable. Cette formule se répand dans les pays du Nord, dans la commercialisation du café, deuxième produit le plus vendu dans le monde, après l'essence. Le commerce équitable consiste à créer des institutions capables de redonner aux échanges économiques leur caractère avant tout social et écologique et de meilleures conditions aux travailleurs.

Nous trouvons de plus en plus, dans nos marchés, des produits écologiques com-

mercialisés équitablement mais nous devons les exiger davantage et porter une attention particulière aux emballages qui composent le tiers du volume de nos ordures ménagères et, dans plusieurs cas, ce que nous payons pour l'emballage dépasse ce que reçoivent les personnes qui les fabriquent. Ici au Québec, chaque semaine nous rapportons de l'épicerie 13 millions de sacs de plastique!

Nos choix de vie ont une grande influence sur l'ensemble des peuples de la planète ainsi que sur notre environnement. Les alternatives se présentent comme des activités souvent faciles à intégrer dans nos modes de vie. Chaque geste posé est un choix et un vote que nous faisons. Voilà pourquoi nous devons, toutes et tous, opter pour la consommation responsable et exercer notre citoyenneté de façon responsable.

Ce texte a été produit dans le cadre du «Projet collectif mobilisateur contre la pauvreté des femmes». ConcertAction Femmes Estrie, la Table des groupes de femmes de l'Estrie.



L'OR BLEU

Hélène Saint-Jacques, *Bonne Nouv'elles*

En décembre dernier, Yasmine Berthou écrivait dans l'hebdomadaire *Voir* : « À l'occasion du dévoilement de la politique de l'eau, le ministre Boisclair a réaffirmé son refus de la commercialisation de l'eau. Il n'a cependant évoqué ni la présence toujours plus importante de multinationales dans nos nappes phréatiques ni la fuite de l'or bleu à l'étranger ». Et l'auteur de préciser : « Aujourd'hui les multinationales étrangères (Danone-France, Nestlé-Suisse, Parmalat-Italie) contrôlent plus de 80% du marché québécois de l'eau embouteillée ». ¹

En lisant ce papier, je me suis demandé à quoi consentons-nous en achetant de l'eau ? À une réelle nécessité parce que la qualité de l'eau du robinet ne répond plus aux normes sanitaires ou parce que c'est une habitude de consommation insidieusement proposée par un marché attiré par des perspectives de gains rapides ? En fait, quelles intentions animent le lobby de l'eau au pays ? Yasmine Berthou démontre bien le véritable dessein de la compagnie française de dominer le marché de cette précieuse ressource naturelle quand elle écrit : « Il n'y a qu'à observer le manège du géant français Danone qui a racheté cet automne, sans que cela ne s'ébruite, *Patrimoine des eaux du Québec*, pour ensuite acquérir *Sparkling Spring Water* en Colombie Britannique, devenant ainsi le numéro un dans la province, au Canada et dans le monde ». ²

Alors que penser quand le ministre de

l'environnement et de l'eau affirme s'opposer à l'exportation massive et à la commercialisation de ce précieux liquide ? Il est bien difficile de croire à un tel discours quand on laisse des multinationales se nicher dans un patrimoine aussi vital que celui de l'eau. D'autant plus, qu'au colloque : *Des capitaux pour le secteur de l'eau, un défi mondial*, tenu à Montréal le 25 octobre 2002 et présidé par Monsieur Boisclair, on notait la présence du président du Conseil d'administration du *NASDAQ Stock*. ³

Comme le veut le proverbe : *Il n'y a pas de fumée sans feu*, il apparaît évident que l'eau de nos sources naturelles est devenue une marchandise attrayante pour le monde de la Bourse. Ne soyons pas naïfs. Il est bien connu que ces mastodontes industriels ne l'investissent pas par bienveillance mais plutôt pour nourrir leurs propres intérêts tout en rapportant de l'argent à des investis-

1. Lire Yasmine Berthou, *VOIR, Eau Canada*, 12 au 18 décembre 2002, Montréal

2. 3. Ibidem

seurs impatientes, boulimiques et sans visage.

À quand Wall Street ?

Ne jouons pas l'ignorance. Désormais nous savons. Des géants de l'industrie frayent dans nos nappes phréatiques et les besoins en eau douce augmentent fortement d'année en année. N'y aurait-il pas lieu de débattre de la question en public ? Je m'explique mal le silence des élus municipaux, provinciaux et fédéraux dans ce dossier. Comment se fait-il que l'avenir de nos lacs, de nos rivières et de nos aquifères ne fasse pas débat en chambre ?

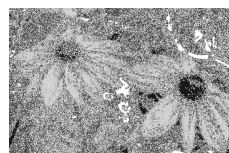
L'eau est une nécessité aussi vitale à la survie que l'air que l'on respire. De ce fait, il semble urgent de s'interroger sur le sort réservé à ce liquide incolore, inodore, transparent, insipide qui coule à chaque jour en abondance et gratuitement de nos robinets. Essayons seulement d'imaginer toute une journée sans eau.

Alors, que faire face à cette question qui deviendra - je le sens - vite épineuse ? Pour l'heure, sommes-nous suffisamment concernés par la valeur de ce bien ou est-il encore trop tôt pour nous en préoccuper ? Ne jouons pas l'indifférence. Soyons responsables face au danger qui guette le Patrimoine des eaux du Canada et exigeons un débat sur cette question le plus tôt possible. Car laisser faire pourrait être catastrophique, dans les prochaines décen-

nies, pour cette richesse inestimable qui coule dans les veines de notre sous-sol.

Il est clair que bientôt nous serons taxés pour l'usage quotidien de l'eau. Déjà, les bouteilles d'eau potable garnissent le panier d'épicerie. Qu'arrivera-t-il lorsqu'en *Bourse* des spéculateurs s'arracheront **l'or bleu** comme aujourd'hui on s'arrache le pétrole ? En viendrons-nous, un jour, à utiliser ce bien vital pour dominer le monde et provoquer de nouvelles catastrophes humanitaires ? Est-il possible d'imaginer qu'un jour, ici, dans notre propre pays, quelqu'un aura soif ou ne pourra suffire à son hygiène personnelle parce qu'il n'aura pas les moyens de se payer de l'eau ? Impensable ! direz-vous. Réfléchissons. Voyons la démesure qui régit le monde actuellement. Pendant que les uns se gavent, les autres crèvent de faim - cela n'est pas arrivé tout seul. Des hommes ont provoqué ce déséquilibre, d'autres y ont consenti soit par indifférence, soit par manque d'esprit critique.

Ensemble prenons conscience de ce qui se trame sous nos yeux. Demandons-nous : Ai-je le droit de consentir à ce que l'eau pure qui coule des sources naturelles de mon pays devienne une simple marchandise ?



L'AGRICULTURE SOUTENUE PAR LA COMMUNAUTÉ

Myriam Orostegui

Agente de recherche et de formation

Les tablettes de l'épicerie sont remplies d'une multitude d'aliments qui proviennent des quatre coins du monde. En effet, les multinationales alimentaires s'approvisionnent à peu de frais dans les pays du Sud en privilégiant l'aspect et le volume des aliments plutôt que leur goût, leur fraîcheur et leur valeur nutritive. Les bas prix des grandes chaînes entraînent l'élimination progressive des producteurs et des marchands locaux. C'est l'un des impacts de la globalisation des marchés.

Face à ce nouveau marché, les producteurs se vouent à la monoculture et les éleveurs aux méga-productions, où les animaux de boucherie sont souvent traités de façon discutable. Pour contrer cette situation et rendre les produits locaux et écologiques accessibles, il faut se tourner, entre autre, vers l'agriculture soutenue par la communauté (ASC).

L'agriculture soutenue par la communauté est accessible au Québec depuis quelques années. L'ASC est un moyen d'encourager l'agriculture biologique locale. Elle permet de réhumaniser le processus de distribution des produits agricoles en assurant aux consommateurs et consommatrices des produits de qualité et aux producteurs et productrices une clientèle fidèle. Pour devenir partenaire d'une ferme, chacun achète, au début de la saison estivale, la part des récoltes qui lui sera livrée chaque semaine au point de chute d'un quartier. Les partenaires sont aussi invités à participer à l'or-

ganisation de ce réseau et aux activités de la ferme.

Ce type d'agriculture comporte une multitude d'avantages tant écologiques, qu'économiques et sociaux. En rapprochant le monde de l'agriculture de celui de la consommation, on a rendu les gens plus sensibles à la qualité, à la fraîcheur des produits ainsi qu'à tout le processus de production. Ce lien entre consommateurs/consommatrices et producteurs/productrices outrepasse les grandes chaînes et constitue une solution de rechange face à la monoculture, à la production de masse et à l'utilisation abusive de pesticides et d'organismes génétiquement modifiés (OGM), reconnus comme néfastes à long terme pour l'environnement.

D'un point de vue économique, l'ASC crée des emplois et offre une meilleure sécurité financière aux cultivateurs/cultivatrices membres qui peuvent ainsi mieux planifier leur saison.

Elle permet aussi aux consommateurs/consommatrices d'effectuer de grandes économies. Le fait d'acheter des produits biologiques directement de la ferme génère des économies de 10% à 50%.

Au Québec, Équiterre, un organisme voué à la promotion de choix écologiques et socialement équitables, coordonne ce réseau en soutenant à la fois les cultivateurs/cultivatrices dans la planification et l'information et en faisant connaître aux partenaires et aux aspirants partenaires la liste des fermes, mise à jour chaque année.

Il existe une autre formule intéressante : les *jardins collectifs ou communautaires*. Depuis environ quatre ans, dans certaines régions du Québec, plusieurs hectares de terre en friche situés en zone périurbaine ont servi à des projets de

jardinage communautaires. Ces initiatives visent à créer des emplois, à produire des légumes sains, à faciliter la réinsertion sociale de personnes en difficulté ou encore à offrir une formation pratique en horticulture biologique. Ces projets de jardinage jouent un rôle favorable au développement local. Ainsi, des expériences réussies de jardins collectifs ou communautaires, on est passé à des entreprises d'économie sociale pour aboutir à la formule de l'agriculture soutenue par la communauté.

Pour en savoir plus sur l'ASC, www.equiterre.qc.ca, le jardinage écologique, www.rje.qc.ca

Ce texte a été produit dans le cadre du «Projet collectif mobilisateur contre la pauvreté des femmes». ConcertAction Femmes Estrie, la Table des groupes de femmes de l'Estrie.

Suite de la page 10:

exigeant qu'est devenue notre économie.

Enfin, quand tous les mouvements sociaux sont systématiquement récupérés par les marchands, peut-on vraiment s'étonner que le mouvement féministe l'ait été aussi? Si le marketing et la publicité n'ont qu'une responsabilité, celle de vendre, ils ne seront jamais que des outils. Pour changer les choses, notre regard doit se porter plus haut; c'est à dire sur la société qui les utilise..



HARO SUR LES SESSIONS

Monique Dumais, *Houlda, Rimouski*

Parler de la grande consommation de sessions par les religieuses n'est pas un exercice aisé pour moi. D'abord, je fais moi-même partie d'une communauté religieuse et je n'aime pas trop porter un jugement sur mes semblables. Ensuite j'apprécie, de temps à autre, m'inscrire à une session qui peut m'ouvrir un horizon.

Posons quand même un regard critique sur cette mentalité que l'on retrouve chez un bon nombre de religieuses qui cherchent à s'enrichir, de façon illimitée, de toute session susceptible de nourrir tant leur vie intellectuelle que leur vie spirituelle. Oui, le mot s'enrichir est habituellement employé pour justifier cette pratique de consommation..

Pourquoi en est-il ainsi? Faut-il bannir complètement cette pratique presque commerciale où les sessions se vendent comme de «petits pains chauds»? J'essaierai dans cet article d'explorer d'abord le contexte de la course aux sessions, puis de poser quelques balises utiles pour ne pas sombrer dans l'océan de la marchandisation.

Le désir de formation continue

La formation continue demeure un impératif pour toute religieuse. Ainsi, dans les constitutions des Ursulines, il est bien dit que «*l'Ursuline continue de veiller à sa formation tout au long de sa vie*» (no 109), que «*le cœur de l'Ursuline, jamais à la retraite, veille*

dans la prière et trouve le secret de se garder ouvert et apostolique» (no 60). Que certaines sessions puissent pertinemment contribuer à cette croissance permanente, c'est indéniable.

Si on remonte jusqu'au concile Vatican II, on trouve, dans le Décret *Perfectae caritatis - La vie religieuse, adaptation et rénovation*, promulgué le 28 octobre 1965, quelques recommandations qu'il est intéressant de relire ici. Par exemple : «*Les Instituts [religieux] doivent promouvoir chez leurs membres une suffisante information de la condition humaine à leur époque et des besoins de l'Église, de sorte que, discernant avec sagesse, à la lumière de la foi, les traits particuliers du monde d'aujourd'hui et brûlant de zèle apostolique, ils soient à même de porter aux hommes un secours plus efficace* » (no 2, par. d). À partir de là, est apparu un déferlement de sessions de formation sociale visant à opérer le rattrapage d'un monde que les religieuses avaient fui autrefois en toute quiétude.

Le Décret aborde aussi la formation des sujets, dès le noviciat. *«Tout au long de leur existence, les sujets [entendez les religieux et religieuses] devront chercher à parfaire soigneusement cette culture spirituelle, doctrinale et technique et, dans la mesure du possible, les Supérieurs leur en procureront l'occasion, les moyens et le temps nécessaires.»* (no 18)

L'éventail des sessions offertes a pris dès lors de l'importance et le coût d'inscription est devenu plus abordable. On y trouve de tout : sessions de ressourcement spirituel selon différentes écoles, d'études bibliques, de cours de théologie, de perfectionnement en pastorale, d'animation liturgique, de formation psychologique très diversifiée, d'engagement social, de créativité et bien d'autres. Ajoutez à cela six ou sept jours de retraite annuelle, alloués à chaque religieuse, pour un retour à l'appel initial et la remise en forme de son engagement.

Un esprit de discernement et de vigilance

Inutile de dire que la présentation et la haute qualité de ce qui est disponible sur le marché de la « formation continue » exigent de la part de chaque religieuse une capacité de choisir et de discerner ce qui lui convient. Ce qui est offert peut être envisagé comme un véritable marché où chaque institution invente sa forme de marketing, autre-

ment dit *«Les moyens permettant de satisfaire la demande ou, le cas échéant, de la stimuler ou de la susciter»* (Le Petit Robert). Voyez la multiplicité des dépliants, des brochures, des lettres que les communautés religieuses reçoivent en publicité. Heureusement nous n'en sommes pas encore au marché boursier où les indices de valeurs grimpent ou dégringolent à tour de rôle.

Pour éviter de tomber dans la vague d'une consommation effrénée, un éveil de la conscience s'impose dans le choix de sessions. Voici quelques balises qui peuvent être utiles en ce sens.

1. La quête de sens

Pour Mary Gallagher s.c., l'explosion dans l'industrie du «self-help» pose la question du sens des thérapies proposées : «S'agit-il d'un nouveau type de consommation? Des gens ont recours à des psychologues, des thérapeutes, des retraites, des accompagnateurs spirituels, pourquoi? Est-ce vraiment une recherche du spirituel, d'un sens à la vie, d'une relation profonde significative? Ou les deux sont-elles compatibles?»¹

Dans la vie religieuse, s'accomplir, se réaliser le plus pleinement possible selon le projet spirituel poursuivi, demeure le point central de tout cheminement personnel. Par conséquent, porter une attention particulière au sens de ses activités, à leur apport à la vie individuelle et collective en croissance, s'impose.

2. Un esprit critique

Savoir s'interroger sur la nécessité de s'inscrire à telle ou telle session est la marque d'un sens critique de bon aloi et d'une conscience lucide.

3. Un temps d'intégration

Comme il importe de prendre le temps de choisir ce qui convient le mieux, il est également souhaitable d'assurer un temps suffisant d'intégration des sessions déjà suivies.

4. Une éthique de relation en progression

Vous reconnaissez ici sans doute l'importance que j'accorde à l'éthique de relation. Oui, je continue de réfléchir dans ce sens-là. Dans les relations réussies, la vie m'apparaît s'embellir. En ce sens, s'inscrire dans une session, ce n'est pas pour fuir la réalité quotidienne de sa communauté ni pour se réfugier dans un autre monde. Au contraire, c'est s'ouvrir à tout ce qui concerne la relation avec soi-même,

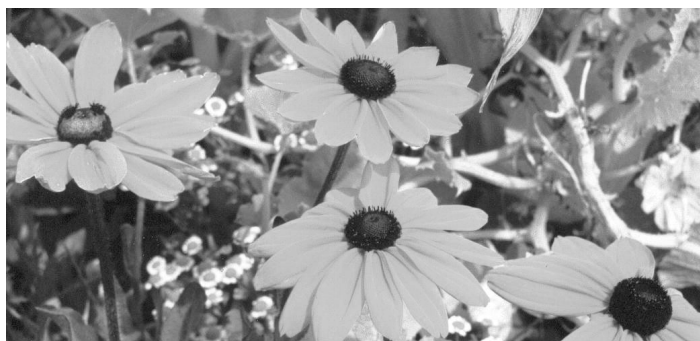
avec les autres, avec les personnes de sa communauté, avec le monde et le cosmos, avec l'Autre au centre de son projet de vie religieuse.

5. Une démarche de justice sociale

C'est dans un esprit de partage et non d'appropriation individuelle que les sessions méritent d'être suivies. Le souci de communiquer, aux personnes de sa communauté, ce qui a été reçu comme information et formation durant la session, ne peut qu'accroître le bien commun. Aussi, les sessions ne sont-elles pas réservées à une «élite», mais disponibles à chaque membre de la communauté.

En somme, sont bénéfiques, les sessions qui développent chez la religieuse le sentiment d'appartenance et une plus grande sensibilité à tout ce qui bouge, crie, souffre et espère sur notre planète Terre et ses habitants .

Note 1: Mary Gallagher sc., «À la recherche d'un sens», *La vie religieuse dans un monde en mutation* Premier fascicule, CRC, 2002, p. 17.



LA SIMPLICITÉ DANS L'ABONDANCE

Christine Lemaire, *Bonne Nouv'ailes*

On peut venir à la simplicité volontaire par bien des chemins. Le mien n'a pas suivi les méandres d'une situation financière difficile. Comme bien d'autres, j'ai vécu des périodes de pauvreté relative ; mais aller demander à mon propriétaire un petit répit en attendant le prochain chèque de « prêts et bourses » ne m'a jamais conduite qu'à une seule volonté : *faire plus d'argent*.

Sauver du temps

Je me plais à penser que j'ai pris le chemin de la simplicité volontaire un beau 28 avril 1997, dans le stationnement de l'entreprise pour laquelle je travaillais. Il était 17 h30, j'habitais à une bonne heure de là et je venais de passer ma première journée de travail, au retour d'un très beau congé de maternité de six mois. C'est alors que je me suis rendu compte que dans ma journée, je n'aurais vu mon fils que l'espace de 2 heures. Il en serait ainsi aujourd'hui et tous les jours à venir. À jamais quoi ! Cette pensée m'a clouée sur place. Un sentiment intense d'incohérence et de manque de sens m'a assaillie. « *On ne s'habitue jamais* » m'a dit une collègue à qui je m'étais confiée. J'y étais, dans ce « *treadmill* » dont parlent les Américains ; je l'avais ma « *place dans le trafic* ». C'est ma révolte qui m'a fait chercher.

J'ai toujours été une grande lectrice d'ouvrages sur la gestion du temps. Je m'y suis replongée avec l'énergie du désespoir. Mais j'avais beau devenir hyper-efficace, j'étais sans cesse confrontée à certaines réalités de ma

vie. J'avais un emploi captivant qui me demandait toute mon intelligence et toute mon énergie. Mes journées, comme celles du commun des mortels, n'avaient que 24 heures. Et finalement, mon verre quotidien d'énergie était vide vers 18h00, au moment où nous arrivions à la maison. Fait inquiétant, ce verre n'était jamais aussi plein le lendemain qu'il l'avait été la veille.

Choisir...

Finalement, je suis tombée sur le livre d'Elaine St-James : *La vie simple, mode d'emploi. Vivre ou courir ? À vous de choisir*. Vous pouvez comprendre que ce titre m'ait accrochée. Cette auteure – et toutes mes lectures subséquentes – m'a fait réaliser certaines choses. Nos biens et ce que nous prenons pour nos véritables besoins sont des entraves. Moins on en a, plus on est libre de vivre la vie qu'on veut. La seule façon de se libérer est d'élaguer. Et pour élaguer, il faut choisir.

Or, je n'avais jamais voulu choisir. Je voulais tout faire : monter les échelons dans le cadre de mon travail, avoir des enfants, avoir une vie de couple satis-

faisante, voyager, lire et m'impliquer. Un gros bouquet éblouissant, dont chaque fleur est, à elle seule, une merveille. Mais voilà, le bouquet était trop gros et je n'avais plus de joie à le tenir ; je n'avais que la peur de l'échapper.

La vie m'a menée entre temps à une autre croisée des chemins. D'une part, un changement de direction à mon travail avait eu pour conséquence un réaménagement drastique. Ce changement ne me plaisait pas. Je me retrouvais donc devant l'éventualité d'avoir à me chercher un autre emploi, ce qui ne m'inquiétait guère puisque l'expérience acquise me donnait la possibilité d'en trouver un plus lucratif encore. D'autre part, une opportunité de carrière pour mon conjoint avait provoqué une amélioration sensible de sa situation. Une vie bien exaltante s'ouvrait à nous : la possibilité de s'acheter une plus grande maison, avoir de belles voitures, voyager dans les plus beaux hôtels, avoir une piscine et, pourquoi pas un spa ? Avoir, avoir ! C'est bête à dire, mais mon fils avait appris à balbutier le nom de sa gardienne avant de dire « *maman* », et ça me mettait dans un drôle d'état...

Dépouillement

J'ai fini par choisir d'arrêter de travailler à l'extérieur, au grand dam de mon conjoint qui ne partageait pas alors mon besoin de simplifier. Le luxe et les plaisirs que sa vie nouvelle lui promettait en récompense d'un surplus de

travail et de stress, les voilà qui s'estompaient puisqu'il devenait soutien de famille ! Injustice ! Et en plus, se faire faire ça par une féministe qui avait prôné toute sa vie que la libération des femmes, ça commence par le portefeuille ! Pouvait-on s'attendre à une pareille aberration ?

Mais quelle ne fut pas ma surprise de voir qu'au premier jour de ma nouvelle vie, je n'avais pas du tout réglé mon problème ! « *Comme tu auras du temps !* » m'avait dit une collègue avec un soupir d'envie. Je n'en n'avais pas beaucoup plus, me semblait-il. J'avais une peur bleue de devenir une maniaque du ménage, de remplir le vide par des choses futiles, de regarder les « *soap* » de l'après midi... Pour contrer cette crainte, je m'étais fixé des objectifs si nombreux qu'il me fallait encore pour les gérer faire appel à toutes mes techniques sophistiquées de gestion du temps. Une tante m'avait dit : « *Ce n'est pas parce qu'on éteint le moteur que l'hélice s'arrête automatiquement de tourner...* » J'ai eu encore à faire un grand travail d'établissement de priorités, identifiant ce qui était important et ce qui l'était moins. D'ailleurs, ce travail ne s'arrête jamais...

En plus de perdre mon salaire et donc le sentiment que je ne dépendais de personne, même pas de la personne que j'aime, je perdais autre chose que je n'aurais jamais pensé perdre. Une femme à la maison, qu'est-ce que ça dit pour épater la tablée, aux soupers du

temps des fêtes ? Qu'est-ce que ça raconte d'intéressant quand ses journées se passent à s'occuper de la maison et des enfants, à lire ce que personne n'a eu le temps de lire et à travailler à des projets dont on ne sait pas s'ils seront réalisés un jour ? Toute ma vie, j'avais eu la bien mauvaise habitude de jauger ma valeur à l'aune de la considération des autres. Longtemps, je n'ai su quoi répondre quand on me demandait ce que je faisais dans la vie. Longtemps j'ai redouté le regard qui suivrait mon aveu : « Je suis à la maison ». Longtemps j'en ai eu un peu honte. Longtemps j'ai maquillé la vérité. Et aujourd'hui j'éprouve encore un pincement au cœur lorsque j'y pense. Je m'ennuie moins de mon travail que de mon titre!

La route est longue...

Désormais, je m'offre des luxes si grands qu'ils me rassasient totalement. Prendre le temps de bien faire ce que j'ai à faire et en profiter une fois que j'ai terminé, être là quand une amie m'appelle parce qu'elle a besoin d'être écoutée, travailler la terre de mes plates-bandes, avoir la joie de voir mon conjoint s'ouvrir à toutes mes questions, faire découvrir le monde à ma fille et surtout, surtout, ne plus me sentir coupable quand je regarde mes enfants ! Les journées n'ont encore que 24 heures, je suis toujours une affamée et j'ai encore beaucoup de mal à choisir. Surtout, je suis encore très loin de cette vie plus « consciente » qui est un objectif majeur dans la démarche de simplicité volontaire. Mais aujourd'hui, j'ai la très nette impression de passer le plus clair de mon temps à faire ce

qui est réellement important pour moi.

Cependant, une autre surprise m'attendait encore au détour de mon chemin. Tout ce que je viens de raconter, j'aurais pu le vivre en dehors d'une démarche de simplicité volontaire. Mais le fait de l'expérimenter au sein de ce mode de vie m'ouvre à d'autres horizons. De fait, je viens d'enclencher la « phase II » de mon processus de simplification ! Ma plus grande disponibilité me fait envisager des questions sur lesquelles je n'avais ni le temps ni l'énergie de me pencher. J'ai pris conscience que mon monde est ouvert, que mes gestes quotidiens ont de réelles conséquences sur la terre et ses habitant-e-s.

Les tenants de la simplicité volontaire identifient la société de consommation comme la grande responsable de l'asservissement moderne. Or, toute mon expérience de travail se résume aux diverses branches du marketing. La lecture des grands théoriciens de cette discipline, célébrant cette même société et nous présentant toutes sortes de moyens de la faire prospérer, suscite, il va s'en dire, bien des remises en question. Je réfléchis donc intensément aux possibilités de faire servir ces puissants moyens de communication à d'autres fins plus utiles à mes yeux.

Par principe, j'ai réduit au maximum mes dépenses personnelles. Je n'ai pas grand mérite à cela; je suis casanière et je déteste magasiner. Cette démarche m'a cependant amenée à réviser certains paradigmes personnels : je peux sortir de chez moi sans être maquillée, je peux

raccommoder un vêtement au lieu d'en acheter un autre, je peux réparer une lampe au lieu de la jeter. Je peux faire porter à ma fille des vêtements prêtés ou donnés et ce, même quand je la sors dans le grand monde. La maison que j'habite *réellement* (c'est à dire 24 heures sur 24) est bien assez grande, surtout quand j'y fais le ménage. Quant à la piscine municipale, elle est bien plus grande que tout ce que je n'aurais jamais pu me permettre et elle a le très grand avantage d'être entretenue par d'autres. En dehors des heures d'affluence, je m'y sens chez moi.

Ce qui est le plus difficile pour moi, c'est de corriger mes comportements d'utilisatrice des ressources de notre planète. Bien que je tente d'éviter d'acheter des produits suremballés, trop raffinés ou jetables, je ne suis pas au bout de mes peines. Ces temps-ci, tous mes gestes provoquent un « *oui mais* » culpabilisant. La proximité du lieu de travail de mon conjoint nous permet d'avoir une seule voiture ; mais combien de gaz à effet de serre émet-elle ? Ce beau petit chandail acheté à rabais me rendait bien fière avant que je découvre sur son étiquette que l'employé qui l'avait confectionné avait travaillé pour un salaire de misère et dans des conditions horribles. Ici, je sais que ma situation financière privilégiée, me permet de poser plus facilement des gestes qui contribueront à démarrer une nouvelle économie moins dommageable pour la Terre et les êtres qui l'habitent : aliments biologiques, produits équitables, achats de qualité et donc durables, achats locaux réduisant le transport, fréquentation de petits com-

merces indépendants.... Mais j'ai encore un mal fou à payer mon brocoli deux fois plus cher et mon café quatre fois plus...

Conclusion

J'ai toujours considéré la simplicité volontaire comme un processus, une démarche, une série d'essais et d'erreurs. Tous les auteurs, tous les conférenciers vous diront que chaque petit geste compte et que c'est l'addition de tous ces petits gestes qui fera la différence. Toutes les couches de la population sont interpellées par ce mouvement ; mais les riches, les « pleins », doivent absolument l'être davantage puisque ce sont eux qui consomment sans aucune retenue. Comment les amener à réfléchir quand aucune limite ne les y contraint ? Ces 24 heures par jour, également départies à tout le monde, pourraient-elles servir à faire progresser l'humanité dans sa quête de sens ?

Quand je regarde le chemin parcouru, je suis bien contente parce qu'en cours de route, j'y ai gagné un plus grand bonheur et la certitude d'être à ma place, là où j'ai décidé d'être. Cependant, la route est encore longue vers plus de sérénité, vers une plus grande maturité spirituelle, des engagements signifiants et une consommation tout à fait responsable. Une question me hante toujours malgré tout. Mes sœurs et mes frères humains auront-ils la patience d'attendre que je poursuive bien benoîtement et confortablement ma route, à mon rythme ? La conscience est un bon aiguillon; un sentiment d'urgence accélère mon pas.

LA SIMPLICITÉ VOLONTAIRE

Diane Gariépy

Vous parler de *La simplicité volontaire selon Diane* ? Certainement!

Premièrement, j'essaie de simplifier ma vie en me permettant de ne pas acheter tous les gadgets suggérés par l'air du temps. Ainsi, je considère que je n'ai pas vraiment besoin de me laver avec un savon au lait de chèvre ou au germe de blé et, il me semble que je peux survivre sans me faire faire des mèches à trois couleurs.

Ça, pour moi, c'est facile.

Côté bouffe, j'essaie de privilégier l'achat de produits locaux (pour éviter les coûts de transport toujours dommageables pour l'environnement), je choisis de préférence les fruits et légumes vendus en vrac (pour éviter les emballages qui iront à la poubelle), j'achète des aliments certifiés biologiques (même s'ils coûtent un peu plus cher), et équitables (c'est pas la même chose!), et je mange de moins en moins de viande.

Facile et agréable, en plus!

Je me satisfais d'un revenu annuel d'à peu près 30 000\$ pour deux personnes. Je peux donc me permettre de travailler à temps partiel. C'est moins essoufflant et je m'y sens autant productive qu'à cinq jours/semaine. Autant de

temps récupéré pour souffler, aller dîner avec des gens que j'aime, lire, découper mes journaux, jouer du piano, voir rougir mes tomates...

C'est la belle vie!

Évidemment, je compte aussi sur la solidarité d'un réseau social en santé. Les échanges de service, les trocs, c'est pas si nouveau que ça. J'ai élevé mes enfants dans la grande famille que nous avons inventée sur la rue Marquette, entre Mont-Royal et Rachel : achat de maisons en co-propriétés indivises, échange de gardiennage, corvées de peinture, partys de chansons à Noël, parades des chapeaux de Pâques, soutiens mutuels quand la maladie et les divorces ont frappé dur, pétitions et manifestations pour toutes sortes de belles causes.

De beaux souvenirs! Et quelle gratuité dans ces échanges!

Mais il y a un MAIS...

Le plus difficile pour moi, c'est de ne pas posséder une auto et de me sentir bien seule à avoir fait ce choix (c'est un choix puisque j'ai l'argent pour en acheter une!). Ça, c'est dur. ZE défi!

comme dirait l'autre.

Évidemment, j'ai mon petit discours tout fin prêt :

- * À Montréal, pas vraiment besoin d'une auto puisqu'il y a un très bon service de transports publics et des taxis tant qu'on en veut. OK!
- * Une auto, ça coûte cher. D'après le CAA, plus de 6 000\$ par année! En considérant l'augmentation du revenu annuel que cela suppose et ce qu'il en coûte en impôts et assurances, cela revient pour la majorité des gens à une journée de travail par semaine ...uniquement pour payer l'auto! OK!
- * L'auto cause des dommages inestimables à l'environnement; le CO2 serait responsable à plus de 40% de l'effet de serre lequel entraîne à son tour tout un cortège de malheurs : sécheresses, inondations, réchauffement de la température, cyclones, augmentation des maladies tropicales, etc. OK!
- * Il y a des livres entiers qui traitent des dommages à l'environnement causés par l'auto (multipliée par X exemplaires). Pensons seulement à la masse de déchets qu'elle génère à tous les huit ans, (produits toxiques ou pas) qui s'accumulent et qu'on expédie dans le Tiers-Monde pour s'en débarrasser. OK!

Pour beaucoup d'adeptes de la simplicité volontaire, le dossier de l'automobile mérite qu'on s'y attarde sérieusement.

Mais je vous avoue que c'est dans cet aspect-là de la vie de simplicité volontaire que ça me coûte le plus! Parce que l'auto privée est considérée comme un veau d'or dans notre société! Parce qu'on se marginalise quand on vit SANS. Essayez : vous allez voir!

- * Vous allez voir qu'on ne s'habille pas de la même façon quand on va travailler en autobus et en métro l'hiver (pantalons, gros manteaux, foulard, bottes et tuque [qui aplattit les cheveux]) et en auto (robe, petit manteau, bottes légères, ou souliers délicats)
- * Vous allez voir que votre réseau d'amis-es rapetisse parce que vous n'avez pas toujours l'énergie pour aller faire des petites visites à Laval, Repentigny, ou Le Gardeur!
- * Vous allez voir que les petites commissions qui se font en trois heures en auto vous prennent trois jours à la marche/métro/autobus!
- * Surtout, vous allez vous sentir bien seule quand des amis viendront vous apprendre qu'ils viennent enfin de s'en acheter une.

Dur. Dur.

Mais je réalise que je charrie : Il y a aussi des avantages à ne pas avoir d'auto puisque je n'ai pas besoin de déneiger, de m'inquiéter sur de possibles vols d'autos ou d'accidents de la route; je n'ai pas besoin d'aller au garage, pas besoin de faire poser des pneus d'hiver, pas besoin de faire les changements d'huile, de négocier mon assurance, de louer un garage, de construire un abri Tempo ...Et je peux lire ou rêvasser en m'en allant au bureau.

Finalement, qu'à cela ne tienne! Même si je trouve ça dur par moments, je compte bien continuer à privilégier le transport collectif. Adopter le style de vie de la simplicité volontaire suppose, d'après moi, de se coller aux intérêts de la survie de la planète, de la suite du monde, autant que de son propre confort dans l'harmonie du temps retrouvé.

Allons-nous attendre des lois restrictives pour commencer à nous préoccuper de l'air que nous respirons et du développement durable de la planète? Qui va commencer en premier? Le gouvernement...ou les gens? Le fédéral...ou le provincial? Les hommes...ou les femmes? La gauche...ou la droite?

On se met en marche, comme ça, un bon jour...et progressivement, on a l'impression que la valeur du progrès/performance/succès extérieur cède le pas à la croissance spirituelle.

C'est dur, des fois.

C'est facile, des fois.

Mais, dans le fond, c'est bon tout le temps.



SIMPLICITÉ VOLONTAIRE ET IMPLICATION SOCIALE : LES DEUX MAINS DE LA CONTESTATION

Louise Bergeron

Vendredi après-midi, au Groupe-Ressource du Plateau Mont-Royal. Je reçois un téléphone me demandant d'aller parler des groupes d'achats dans une équipe qui fait partie du Mouvement de la simplicité volontaire. "Nous sommes, me dit la voix au téléphone, un groupe de professionnels qui essayons de mettre en cause la société de consommation actuelle. Certains sont fatigués de travailler comme des fous pour simplement consommer un peu plus. L'un de nos membres qui habite seul dans un "condo" nous confiait l'autre soir qu'en regardant de l'autre côté de la cour, il voyait les gens d'une coopérative d'habitation faire la fête. "La qualité de vie n'est pas ici où personne ne semble intéressé à rencontrer son voisin," ajoutait-il. Bref, vous voyez un peu le genre de monde que nous sommes. Nous aimerions vous entendre sur les groupes d'achats qui semblent être un lieu où se vit une forme de simplicité volontaire intéressante."

Le soir prévu, je me retrouve avec un petit groupe de professionnels. Après les présentations d'usage où l'on me répète ce que mon interlocuteur m'avait dit au téléphone, on me demande de les informer sur les groupes d'achats. Dans ma présentation, je pris soin d'ajouter qu'il s'agissait de groupes coopératifs d'achats.

"Notre groupe ne se réunit pas, en effet, pour simplement épargner en faisant des achats aux prix de gros, ce qui est déjà appréciable. Il essaie de réinventer un autre style de vie où la coopération serait la monnaie courante. C'est ainsi, par exemple, que notre groupe comprend toute sorte de personnes aux statuts économiques très différents. Les participants et les participantes peuvent être des personnes as-

sistées sociales, des chômeurs ou des chômeuses, des personnes handicapées, des travailleurs ou des travailleuses précaires ou encore des travailleurs ou des travailleuses à très bon salaire. Ce qui nous réunit c'est d'abord la recherche d'une autre qualité de vie. Tout le monde se considère comme des citoyens et des citoyennes, c'est-à-dire comme des gens qui ont le droit d'habiter leur cité et de travailler avec les autres pour qu'elle soit habitable. Cet esprit n'est évidemment pas possible sans une solidarité concrète.

C'est parce que nous sommes plusieurs que nous pouvons acheter des caisses de légumes et de fruits et celui qui achète peu jouit des mêmes rabais que celui qui achète beaucoup. Nous avons aussi, comme vous sans doute, ce que

Suite à la page 30

LA SIMPLICITÉ VOLONTAIRE: DES CHOIX ET DES CHEMINEMENTS, ET SURTOUT PAS SEUL

Louise Garnier, *Phoebé*

Lorsqu'une personne choisit de vivre la simplicité volontaire, il m'apparaît intéressant de connaître à quel réseau elle appartient; sur qui, sur quoi elle peut compter pour vivre quotidiennement cette exigence; les conditions requises pour demeurer fidèle à cette philosophie, à cette option sociale, à cette mise en pratique de valeurs à contre-courant c'est à dire des valeurs et idéaux d'une société plus juste, plus humaine, d'une société contestataire de l'ordre établi et des inégalités sociales. Autrement dit, comment vivre concrètement en marge d'une société de consommation et de gaspillage ?

Par bonheur, outre François d'Assise et Gandhi, je connais personnellement des amis qui, depuis fort longtemps, appliquent consciemment les principes de la simplicité volontaire dans leur vie. Ces amis ont aussi des amis reliés à d'autres personnes qui incarnent ce mouvement. Au risque de réduire le sens de leur démarche, je souligne ici quelques aspects de leur *modus vivendi* : équilibre de l'horaire, réparti en temps de travail, temps de ressourcement personnel et temps à donner; choix du transport en commun ou location occasionnelle d'automobile; gestion écologique du domestique, loisirs accessibles, souscription aux impôts pour la paix.... Ai-je besoin de souligner que ces amis sont autant solidaires de leurs prochains que de leurs proches.

Nous partageons le même âge, la mi-cinquantaine; sommes issus d'un même milieu petit-bourgeois, avons

fréquenté les mêmes institutions d'enseignement tenues par des communautés religieuses, et jouissons d'une même culture. Je dirais que ces valeurs et cette culture ont joué un rôle dans l'option pour la simplicité volontaire.

Je songe ici à l'époque de la contestation étudiante des années 70 où nous baignions dans une utopie fabuleuse. La jeunesse mise à part, et compte tenu du contexte social bien particulier au Québec à ce moment-là, nous avions le vent dans les voiles pour contester et innover. Si l'Eglise catholique devenait pour nous fade et insignifiante, l'exemple des premiers chrétiens, le retour aux sources de notre foi, devenaient notre phare. Nous avons été nombreux et nombreuses à vouloir traduire, dans notre vie de tous les jours, nos aspirations et notre radicalisme. Pour se faire, notre choix s'est porté sur la vie en commune avec

partage des biens dans un quartier populaire de Montréal. Cette option nous a éveillés à l'influence que pouvait avoir notre agir occidental sur les pays du Tiers Monde. Bien que n'ayant jamais manqué de rien, on a pourtant choisi une vie basée sur la mise en commun des biens.

Aujourd'hui, ma vie est toujours empreinte de ces valeurs, de cette culture. Depuis plusieurs années, je travaille dans le milieu communautaire, et je vis dans une coopérative d'habitation. Ces choix ont des conséquences financières et sociales qui affectent mon quotidien et mon futur. Mon travail a du sens pour moi mais les ressources matérielles qu'il me procure sont limitées. Mon revenu est proportionnellement moins élevé aujourd'hui que celui que je touchais dans ma jeune trentaine. Si la vie coopérative favorise un environnement chaleureux, elle comporte aussi des obligations et des devoirs.

En fait, à bien des égards, je retrouve dans ma vie des aspects de la simplicité volontaire sans toutefois adhérer encore au mouvement. Aujourd'hui, ma situation d'emploi est précaire et me rapproche de la pauvreté. Certains de mes choix, loin d'être volontaires, sont plutôt des actes obligés. Cependant je trouve dans mon héritage culturel ce que j'appellerais de bons outils pour tenir le coup. Durant la crise, on ne jetait pas grand

chose et mes parents m'ont appris, par leur exemple, la valeur du pain, des fruits, du savon, de la chaleur, de l'éclairage, de l'eau. Mon éducation par des religieuses m'a valu aussi de bonnes notions de récupération et d'écologie domestique.

Malgré tout cela, je ne souscris pas encore au mouvement de simplicité volontaire. Je fais partie d'un réseau de gens conscients et solidaires. Mes amis me stimulent à adopter de nouvelles habitudes, à poser des gestes publics pour dénoncer les choix irresponsables de nos gouvernements. Je demeure toutefois convaincue que lorsqu'on vit dans une situation de pauvreté on peut difficilement choisir la simplicité. On subit plutôt le dépouillement. Je ne parle pas de moi mais de plusieurs femmes dans mon entourage : femmes dans la cinquantaine et travaillant dans le même milieu que moi, avec peu de marge de manœuvre. Trouver un logement à prix modique serait une solution pour elles, mais ce sont surtout des condos qui sont disponibles. Elles récupèrent beaucoup, évitent le gaspillage et utilisent le transport en commun. Leurs amis et leurs parents ont souvent peu de moyens et peu d'alternatives dans le domaine de l'emploi. Elles ne peuvent donc pas compter sur leur réseau naturel pour les supporter dans certains choix qu'elles aimeraient faire comme : retourner aux études, recevoir un massage, partir une se-

maine à la campagne mais d'abord et surtout diminuer leurs dettes.

Pour ma part, j'ai besoin de me sentir en contact avec des gens qui veulent changer les choses, qui pensent à plus loin que leur personne, ouverts sur le monde, conséquents, rigoureux... Ainsi je maintiens le cap, je continue, je résiste. J'ai besoin aussi de la jeunesse en révolte à côté de laquelle je marche contre la mondialisation, la guerre, et pour une paix planétaire, des rapports justes, un quartier humain, une langue à sauvegarder... J'ai besoin de me faire secouer par des militants plus radi-

Suite de la page 27:

nous appelons des "carrefours citoyens" où nous tentons de comprendre ce qui se passe au niveau des projets de loi comme celui sur l'élimination de la pauvreté par exemple ou encore des événements innovateurs comme le Forum mondial de Porto Alegre.

Cet esprit de coopération se traduit aussi dans plusieurs initiatives de co-voiturage, d'échange de menus services et dans l'entraide lors de l'arrivée des commandes. Même nos soupers gourmands deviennent des lieux de nouvelles prises de conscience. Je pense aux représentants de PAJU qui dernièrement nous ont parlé de la situation en Palestine au cours d'un repas préparé sous la baguette d'un de

caux, plus tenaces, car je me sens un peu fatiguée. Il y a l'eau, les enfants, les réfugiés, les femmes, mon pays, les exilés et les sans papier!!! Que faire contre des dictateurs ?

Malgré tout je me sens privilégiée de ne pas être seule, de faire partie d'un réseau, de voir la relève bien présente et de pouvoir compter sur des amis sans lesquels on ne peut faire les choix qui font notre dignité.



nos membres d'origine turque.

Nous avons fait nôtre le slogan trouvé dans un groupe en France: "Seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin." Inutile d'ajouter que nous voulons aller très loin."

À la suite de la présentation, certains membres découvrirent que la solidarité avec les gens à revenus précaires leur faisait encore défaut. On peut en effet très bien vivre la simplicité volontaire comme une sorte d'hygiène individuelle sans qu'elle s'épanouisse en solidarité avec les gens simples.

On parla ensuite du groupe d'achats de leur quartier qu'ils et qu'elles pourraient joindre et la soirée se termina dans la bonne humeur.

POUR DES RELATIONS HUMANISANTES

Louise Melançon, *Myriam*

De tout temps, les humains se sont reliés les uns aux autres, d'abord en fonction de leurs besoins de survie et ensuite, ceux-ci assurés, d'autres besoins sont nés qui ont été assumés à travers diverses cultures. Ainsi les humains, marqués par leur type de société, leurs représentations du monde et leurs valeurs, ont évolué comme sociétés et comme individus.

Si les sociétés occidentales, dont nous faisons partie, se sont enrichies, au cours des siècles, c'est à cause de leur travail et de leurs divers génies certes, mais c'est aussi souvent à partir de leur position de dominants, en prenant à d'autres leurs richesses. Les liens de solidarité entre les humains ont été sacrifiés à l'appât des biens au mépris de la justice la plus élémentaire. Dans les sociétés riches, dont la nôtre, le développement d'une économie de marché, fondé sur la croissance de la production de biens, a produit une culture de consommation où l'avoir l'emporte sur l'être. Les humains de même que l'environnement sont alors traités comme des objets à consommer ou à utiliser. Les relations ainsi "objectivées" vont à l'encontre d'une intersubjectivité essentielle à l'« humanité ». ¹

1. Depuis le 18^e siècle, grâce aux découvertes scientifiques et à l'évolution de la pensée philosophique, la modernité s'est développée comme une mise en valeur de l'humain, autonome et libre. En même temps, naissait un mouvement de sécularisation, de recul

par rapport au religieux, recul qu'on a appelé, avec Nietzsche, "la mort de Dieu". L'humain, se concevant alors comme sa propre fin, engendrait une vision anthropocentrique. Ainsi par la maîtrise de son environnement, l'homme occidental a peu à peu créé son monde, le monde technique ou technologisé que nous connaissons. En fabriquant ainsi son monde, l'humain a été reconnu, dans la pensée chrétienne, comme co-créditeur. Toute la réflexion théologique du début des années 1960 témoigne de cette conception que certains textes du Concile Vatican II ont endossée comme vision positive de "l'homme moderne". ²

La culture de consommation, qui a cours aujourd'hui, serait une sorte de mésaventure, un avatar de ce monde moderne. Les objets fabriqués, depuis les gadgets domestiques jusqu'aux moyens de communication, constituent, dans les pays riches en particulier, l'environnement premier, reléguant ainsi au second plan les relations humaines de même que le développement des individus. De plus, à cause

des intérêts économiques prévalant dans ces sociétés dites développées, ces <objets> se sont non seulement multipliés mais sont devenus une fin en eux-mêmes, au lieu de demeurer de simples moyens.. En créant son propre « ordre des objets », la culture de consommation a donc imposé aux humains un modèle qui annule le désir et la singularité des personnes et donc des relations véritablement humaines.

2. Que ce soit dans le domaine public, comme les relations de travail, ou dans le domaine privé, comme les relations familiales, amoureuses ou sexuelles, les relations humaines sont comme imbriquées dans une culture de consommation. Dans n'importe quel milieu de travail, de l'usine à l'université, les individus sont traités comme des appareils de production. Loin de réaliser le rêve d'une société des loisirs où l'humain serait de plus en plus libéré du travail "à la sueur de son front", les individus se sont vus devenir en quelque sorte esclaves de la valeur ajoutée à la production, à l'efficacité, à la performance. Inscrites dans un pareil contexte, toutes les relations se trouvent contaminées. Le temps réservé aux parents, aux enfants, aux amis et amies, est réglé par les horaires de travail, les exigences de l'entreprise, les ambitions économiques pour gagner toujours plus d'argent. Les activités de loisir, de repos, de détente sont devenues des activités de consommation pour les jeunes comme pour les adultes. Le développement de soi, qu'on

appelle "la croissance" - et qu'on achète - est mesuré, d'une certaine manière, à l'aune des objectifs de performance.

Devant une telle aliénation sociale et culturelle, nous pouvons nous demander comme féministes, ce qui en est de l'égalité que nous avons voulu laisser en héritage à nos filles? L'accession des femmes à tous les champs professionnels et aux lieux de travail a-t-elle vraiment changé le modèle dominant lorsque ce dernier les renvoie toujours à <une double tâche> ? De même, ce partage des tâches, de plus en plus accepté par des jeunes couples ou des familles, ne semble pas avoir réussi à donner plus de temps pour vivre ensemble et s'aimer. Des activités de toutes sortes, produites par la culture de consommation, comme le "surfing" sur Internet ou les "jeux-vidéos" favorisent au contraire l'isolement ou réclament, pour s'exercer, l'éloignement du lieu de vie familiale ou amicale.

La vie amoureuse, la vie sexuelle surtout, sont aussi marquées par la consommation. Il semble plus important de développer des techniques et d'utiliser des objets d'excitation que d'apprendre à respecter l'autre, à l'aimer autrement que comme un beau corps performant... La société de consommation ne se prive pas de multiplier des modèles dans ce sens par le biais de la publicité. Au bout du compte, l'individu est emprisonné dans la conformité, même dans sa vie

privée, au lieu de vivre autonome et libre. Et dans ce contexte, des femmes, des jeunes filles, de plus en plus jeunes, facilement réduites à leur apparence, à leur corps érotisé, ne représentent rien de plus que des objets de consommation sexuelle. Quant aux femmes qui pensent poser un geste libre en devenant <escortes> ou en se réclamant du titre de <travailleuses du sexe>, ne participent-elles pas plutôt au vaste marché du sexe?

3. Des relations sont humanisantes quand elles ont lieu de sujet à sujet, c'est-à-dire que ni l'un ni l'autre ne sont des objets à utiliser. Ni moi ni l'autre ne sommes des marchandises qu'on peut acheter ou des biens de consommation qu'on peut jeter après usage. Les relations humanisantes ne se situent pas dans l'ordre des biens qu'on échange soit par intérêt soit par besoin de sensations ou de plaisir dans une perspective narcissique. L'autre n'est pas un objet remplaçable. L'aspect singulier ou personnel de chacun et de chacune doit être respecté, pris en compte, apprécié comme tel. C'est dire que les relations entre les humains - dans ce qui leur est propre comme êtres humains - ne sont pas de l'ordre de l'appétit, ni du besoin d'objets propres à satisfaire ces divers appétits. Elles sont de l'ordre du désir, le désir

de l'un qui va à la rencontre de l'autre, sujet comme lui, et de qui il attend la reconnaissance de son altérité comme il lui accorde la sienne. Cette loi de la réciprocité est le fondement de toute éthique humaine. Et c'est sur cette éthique humaine que repose l'ordre de l'amour qu'annonce le message de Jésus dans l'Évangile et auquel nous sommes appelé-es comme fils et filles "divines".

En conclusion, il existe aujourd'hui des mouvements, comme celui de la "simplicité volontaire"³, qui naissent et nous font prendre conscience de cette situation en nous proposant une nouvelle attitude par rapport à notre monde matérialiste et à notre culture de consommation. Ils nous invitent à vivre plus sobrement, à briser notre dépendance au profit et à la surconsommation afin de disposer de plus de temps pour penser à soi, à ses proches et pour développer des liens véritables. Le mouvement écologique va dans le même sens quand il interroge nos rapports à l'environnement, ou notre sensibilité à l'ensemble des habitants de cette terre finie et fragile. Nous sommes ainsi interpellées à nourrir nos relations humaines pour qu'elles soient plus équitables, plus respectueuses, plus "intersubjectives" et donc humanisantes.

1. J'emploie ici le néologisme humanitude pour indiquer ce qui serait le propre des humains par rapport à « humanité » qui s'applique à l'ensemble des êtres humains concrets et à « humanisme » qui se dit d'une théorie ou doctrine visant la promotion ou l'épanouissement de la personne humaine.

2. En particulier, le document *L'Église dans le monde de ce temps* (Gaudium et spes).

3. Comme celui de Serge Mongeau

LA SIMPLICITÉ ÉVANGÉLIQUE

Yvette Laprise, *Phoebe*

Qu'est-ce qui peut motiver quelqu'un à choisir la simplicité comme mode de vie quand tant d'autres choix sont possibles ?

En ruminant cette question, je me suis demandé si l'Évangile ne pouvait pas fournir un éclairage à ce propos. Son inscription dans un contexte si différent du nôtre peut-il avoir un impact aujourd'hui ? La mentalité moderne n'est-elle pas étrangère au langage symbolique de l'Écriture ?

C'est, habitée par ces questions, que j'ai entrepris de relire les Évangiles pour en extraire quelques passages - parmi d'autres - qui m'ont paru porteurs d'une vision renouvelée de la vie. Je vous les propose selon la méthode bien connue du *Voir, Juger, Agir* qui s'est pour ainsi dire imposée à moi lors de cette démarche.

Voir

Le statut ordinaire de l'être humain est d'être aveugle dans son cœur tout en se croyant voyant. C'est qu'entre la réalité extérieure et la perception qu'il en a s'interposent de nombreux voiles : idées arrêtées, émotions latentes, tendances instinctives, passions diverses qui embrouillent la clarté de l'esprit et la tranquillité du cœur. Jésus est venu ouvrir l'être humain à son aveuglement afin qu'il puisse s'en sortir. Voyons ce que rapporte Matthieu en 6, 22-23 à ce sujet :

« La lampe du corps, c'est l'œil. Si donc ton œil est sain (simple) ton corps tout

entier sera lumineux. Mais si ton œil est malade (mauvais) ton corps tout entier sera ténébreux. » L'œil sain ou simple voit la réalité telle qu'elle est sans déformation. L'œil malade ou mauvais, au contraire, croit voir la réalité alors que sa perception, entravée par des opinions arbitraires, des manières habituelles de penser, la déforme.

Il faut comprendre ici qu'en parlant de l'œil, Jésus ne s'arrête pas à l'organe sensoriel. Ce qu'il veut atteindre est beaucoup plus profond. La capacité d'appréhender le réel sans l'interférence d'aucun voile perturbateur suppose une grande transparence de l'intelligence et du cœur, une conscience éveillée. D'où l'importance d'un véritable travail de purification, de rectification pour atteindre cet état de simplicité du regard, d'unité de vision.

Est-ce que je sais en quel état est ma vision actuellement ? Ai-je déjà pris conscience de mon statut d'aveugle ? En quelle circonstance ? Cette vérification, qui n'est qu'un point de départ, est pourtant indispensable pour qui veut progresser vers sa pleine humanité. Car comment guérir sa cécité si l'on en ignore l'existence ? Le chemin de la simplicité volontaire ne croise-t-il pas le chemin de la simplicité de vision ?

Juger

En Luc 12, 57, Jésus porte un regard interrogateur, sinon provocateur, sur les comportements des gens de son temps : « *Pourquoi ne jugez-vous pas par vous-mêmes de ce qui est juste ?* » Il a remarqué, à maintes reprises, la faible capacité de compréhension de ses auditeurs, leur manque de discernement, leur immaturité qui font qu'ils ne perçoivent pas la réalité avec justesse.

Cette interpellation que Jésus adresse à ses contemporains, la simplicité volontaire a le mérite de nous la rappeler aujourd'hui en questionnant la place ainsi que le rôle de la consommation dans nos vies. La question devient alors : « Pourquoi ne décidez-vous pas, par vous-mêmes, de ce qui est juste pour vous, de ce qui est ajusté à vos besoins, au lieu de laisser la publicité et la mode vous imposer leurs choix ? »

Aujourd'hui, dans nos sociétés d'abondance, notre jugement n'est-il pas trop souvent mis entre parenthèses pour céder la place aux messages plus ou moins sophistiqués qui nous assurent une satisfaction immédiate et complète. Bien sûr, c'est agréable de consommer mais à la longue ne devenons-nous pas de plus en plus insensibilisés aux vrais problèmes ? Petit à petit, sans nous en rendre compte, ne sommes-nous pas devenus des cibles bien identifiées par les géants de la publicité ?

Dans son intervention, Jésus ne cherche pas à légiférer du dehors mais à opérer dans chacun de ses auditeurs une révolu-

tion qui change toute la vie. Pour faire sauter les béquilles, offertes par la société de consommation, et redécouvrir les valeurs humaines négligées ou oubliées, il importe de retrouver son pouvoir de juger c'est à dire d'adopter l'attitude intérieure qui permet de faire des choix judicieux.

Une telle expérience libératrice peut se produire chez quiconque ose se détourner des voies erronées où il s'est engagé pour faire retour vers ce qui est juste, car ce qu'il faut bien comprendre, ce n'est pas le monde extérieur qui doit gouverner la réalité intérieure mais l'inverse. « *Méfiez-vous des faux prophètes qui viennent à vous déguisés en brebis* » (Mt 7,15) Autrement dit : Méfie-toi des publicités tapageuses, des slogans plus ou moins infantiles qui te font croire que plus tu achètes, plus tu dois être heureux et comblé.

Agir

« *Maître, que dois-je faire ?* » (Mt 19,16-22)

Au jeune homme, venu l'interroger, Jésus n'apporte pas une réponse doctrinale mais il renvoie le demandeur à lui-même : « *Si tu veux être parfait, va, vends tout ce que tu possèdes, donne-le aux pauvres, puis viens et suis-moi.* »

« Si tu veux » met d'abord en évidence le caractère volontaire de la mise en pratique de la simplicité de vie : Si tu veux... Personne ne t'y oblige. C'est à toi de décider.

« *Si tu veux être parfait* » c'est à dire être vrai, t'assumer comme être humain en cheminement, commence par enlever les obstacles qui entravent ta marche « *vends* », donne la préséance à l'être sur l'avoir. Cette proposition qui fait appel à un niveau d'exigence intime, remet en cause de vieilles habitudes et confronte bien des illusions.

Le jeune homme, acculé à un lâcher-prise radical, « *s'en alla tout triste* » poursuit l'évangéliste. Ce qui l'attriste ce n'est pas tant le fait de posséder de grands biens, comme l'exprime Matthieu, mais bien de se découvrir être lui-même possédé par ses biens. On ne quitte pas facilement l'univers des possessions. Ne sommes-nous pas des êtres de désir ? Et la facilité ne revêt-elle pas des apparences séduisantes ?

Aux personnes désireuses de se régénérer, Jésus donne la consigne de s'occuper d'abord de l'état de leur disponibilité intérieure avant de chercher à répondre à des conditions extérieures.

On pourrait penser, de prime abord, que cette histoire, se situant dans un contexte historique, culturel et social bien différent du nôtre, n'a rien à dire à notre monde contemporain. Le contexte sans doute, mais le message qu'il porte sous sa forme symbolique s'adresse à l'être humain de tous les temps. À nous d'apprendre à le déchiffrer car c'est en permanence que Jésus invite les gens qui l'approchent à une réorientation majeure de leur vie. « *Que servira à l'homme d'avoir gagné le monde, s'il ruine sa propre vie* » (Mt 16, 26).

S'engager

Opter pour la simplicité volontaire n'est pas une mince affaire. C'est un choix sérieux, exigeant, qui n'a rien à voir avec la bonne volonté ou de bonnes résolutions. C'est un défi constant à relever. Une personne immature peut chanceler à tout moment. Voyons ce qu'en dit Luc en 11, 24-26 :

« *Lorsque l'esprit immonde (le Malin) est sorti d'un homme, il erre par des lieux arides en quête de repos. N'en trouvant pas il dit : Je vais retourner dans ma maison, d'où je suis sorti, et la trouve balayée, bien en ordre. Alors il s'en va prendre 7 autres esprits plus méchants et ils reviennent et s'installent. L'état final est pire que le premier.* »

Vous avez sans doute compris que ce récit n'est pas à prendre à la lettre. Le Malin dont il s'agit n'est pas un être extérieur à nous, ni un être maléfique correspondant à la conception médiévale du diable. Non. Il s'agit d'un dysfonctionnement intérieur qui perturbe notre perception de la réalité (œil malade). Les signes de ce dysfonctionnement sont reconnaissables. Sous l'influence des vues fausses, des opinions arbitraires, des conceptions acquises par osmose avec le milieu ambiant, on se met un jour à douter du bien fondé de son choix. La pratique de la simplicité ne semble plus aussi facile et gratifiante qu'au début, le souvenir de nos habitudes de consommation antérieures nous font croire que nous avons perdu au change.

Le Malin (notre mental) ne lâche pas sa

prise si facilement. L'une de ses grandes ruses est de nous faire croire que la voie de la simplicité n'est pas pour nous et que nous n'arriverons jamais à un mieux être par ce choix. Que faire alors sinon retourner à ses motivations du début et se rappeler que si le chemin de la simplicité a son lot d'épreuves et exige un long apprentissage, il vaut la peine de s'y maintenir car ce chemin mène à l'accomplissement de soi. Rappelons-nous que l'aventure spirituelle comporte ses lois propres, incontournables avec lesquelles il est impossible de tricher.

À ceux et celles qui sont tentés d'abandonner

« Ne vous inquiétez pas pour votre vie de ce que vous mangerez. Voyez les oiseaux du ciel : ils ne sèment ni ne moissonnent ni ne recueillent dans des greniers....Et du vêtement pourquoi vous inquiéter ? Observez les lis des champs comme ils poussent : ils ne peinent ni ne filent. Ne vous inquiétez donc pas du lendemain, demain s'inquiétera de lui-même » (Mt 6, 25-26).

Il me semble que Jésus manifeste ici, d'une façon indéniable, sa confiance en la Vie, en toute vie et son désir de la voir s'épanouir chez tous les êtres vivants. Voyez, observez. Qu'est-ce qui fait la beauté du lis, sa splendeur à nulle autre pareille ; et la légèreté de l'oiseau, sa grande liberté ? Quel mystère traverse leur vie ? Leur seule ressource est à l'intérieur d'eux-mêmes, dans leur connexion au grand courant de la Vie. « N'êtes-vous pas plus importants

qu'eux ?

Une autre caractéristique de Jésus face à la Vie, c'est sa prédilection pour ce qui est petit. « *Voyez le grain de sénevé. C'est la plus petite de toutes les graines. .. et pourtant il devient la plus grandes des plantes potagères* » (Mt 13, 31-32).

Et s'adressant à son auditoire d'un ton plus solennel, il proclame : « *En vérité, je vous le dis, si vous ne retournez pas à l'état des enfants, vous ne pourrez entrer dans le Royaume des cieux* » (Mt 18,3). Cet enfant, ce petit vers qui retourner que représente-t-il ? Dans la pensée du Maître, ce petit c'est le germe divin semé au plus profond de tout être humain. Il est là, en nous, mais nous n'avons pas encore réalisé sa présence tellement nous sommes happés par l'extérieur. Une fois dévoilé, ce germe pourra grandir et nous conduire vers notre pleine maturité. Trouver ce petit en nous, c'est éprouver un sentiment d'une qualité bien différente de la simple émotion qu'on éprouve lors de la satisfaction d'un désir quelconque. Vous ne voulez sûrement pas manquer ce moment merveilleux.

À ceux et celles qui hésitent à s'engager dans la voie de la simplicité volontaire

Tendez l'oreille à ce qui suit : « *Venez à moi, vous qui ployez sous le fardeau* » (vous qui êtes enlisés dans le désir) « *et moi, je vous soulagerai* » (Mt 11,28). Pour cela « *chargez-vous de mon joug car il est léger et mettez-vous à mon école car je suis doux et humble (simple) de cœur et vous trouverez soulagement*

pour vos âmes ». (Mt 11, 28-30) Jésus se présente ici comme un Maître de sagesse réaliste, un guide sûr. Ce qu'il propose, c'est un apprentissage dont le résultat est le soulagement de ce qui pèse, l'allègement d'un fardeau.

Mais concrètement comment cela se fera-t-il ? Pensons aux adeptes du yoga. Le yogi, dans une démarche volontaire, s'entraîne à tenir sous le joug ses sens et sa pensée pour devenir pleinement ajusté à la réalité. L'adepte de la simplicité volontaire poursuit un objectif semblable avec une conscience de plus en plus vive de se réaliser comme être humain accompli, responsable et solidaire. Son ascèse est spirituelle, pragmatique, révolutionnaire et transformatrice.

En nous invitant à nous inscrire à son école, Jésus nous promet son aide. Mais n'allons pas nous attendre à ce qu'il encourage nos habitudes de consommation fondées sur des sécurités illusoires. Ce que le Maître préconise ce n'est pas une simple vertu morale mais une attitude intérieure de lâcher-prise et d'ouverture à une énergie beaucoup plus subtile.

En renonçant aux objets qui alourdissent, gênent et empêchent d'aller au bout de ses possibilités, le disciple de Jésus comme tout adepte de la simplicité volontaire, laisse une plus grande place à la conscience, à la lucidité. Il quitte un lourd fardeau pour accueillir un joug qui soulage, affranchit et libère.

Conclusion

« Ne m'écoute pas quand je lis la

Parole de Dieu,

*ne t'écoute pas non plus
mais entends-toi »*

(Parole d'un sage)

En nous révélant quelque chose d'inédit sur l'existence humaine, Jésus nous renvoie à notre propre intériorité. La portée de son message ne vient pas de ce qui est écrit mais de ce qu'il fait résonner en nous, de ce qu'il ouvre, de ce qu'il libère en battant en brèche les croyances illusoires et les faux espoirs qui nous habitent.

À l'heure actuelle, toute la société vit sous le mode « *avoir* » et cette orientation influence toutes les valeurs. Pour contrer cette tendance, l'enseignement évangélique de même que la pratique de la simplicité volontaire privilégient le mode « *être* ». Choisir la simplicité, c'est choisir le style de vie qui accorde aux choses matérielles leur place propre et légitime. En se libérant d'une dépendance excessive envers la société de consommation, il est possible de s'épanouir pleinement et d'aider d'autres gens à faire de même.

Ce parcours évangélique, vous l'avez compris, est loin d'être exhaustif. Les passages retenus relèvent de mon choix et leur interprétation est le fruit de réflexions puisées principalement dans l'œuvre d'Éric Edelman « *Jésus parlait araméen* ».

Puisse l'interpellation de Jésus augmenter votre désir de réussir en plénitude votre statut d'être humain.

Quelques références bibliographiques.

Christine Lemaire, *Bonne Nouv'ailes*

Voici quelques titres que j'ai lus et que je vous soumetts. Malheureusement, beaucoup d'ouvrages sont en anglais.

1^{er} niveau : pratico-pratique

ST-JAMES, Elaine. Simplify your life. New York, National Best Sellers, 1994, 238 p

ST-JAMES, Elaine. La vie simple, mode d'emploi. Vivre ou courir? À vous de choisir. Paris, Ed. Générales First, 1998, 367 p.

Les deux meilleurs livres d'Elaine St-James. Chaque livre suggère 100 façons de se simplifier la vie. Une bonne introduction à une démarche de simplification. Évitez cependant son «Spécial mère de famille » (1997), qui ne simplifie pas grand chose dans la vie familiale.

LUHRS, Janet. The simple living guide. New York, Broadway Books, 1997, 439 p.

Pour l'auteure, les grands principes de la vie simple sont: (1) l'équilibre en tout, (2) vivre selon ses moyens et mettre de l'argent de côté et (3), augmenter la richesse de sa vie intérieure. Pratique, mais dans une perspective un peu plus large. Janet Luhrs est l'éditrice de la revue Simple living Oasis dont l'adresse du site est www.simpleliving.com.

Approfondissement de certains aspects importants de la simplicité volontaire :

DOMINGUEZ, Joe et Vicki ROBIN. Votre vie ou votre argent? Montréal, Ed. Logiques, 1997 (1992), 457 p.

Un grand classique, cité et recommandé par tous les adeptes de la simplicité volontaire. Dominguez et Robin proposent une démarche de réévaluation de notre relation à l'argent. Ne vous laissez pas rebuter par la photo de la couverture de l'édition française qui, à mon avis, n'annonce pas du tout le propos du livre!

ST-JAMES, Elaine. Inner simplicity. New York, National Best sellers, 1995, 235 p.

Plus inégal que ses autres livres. Mais certains chapitres suscitent la réflexion.

La simplicité volontaire, démarche globale:

BOISVERT, Dominique. «Pourquoi pas? Choisir de simplifier sa vie». Revue Notre-Dame, Mars 2000, p. 16 à 28

Si vous pouvez mettre la main sur ce numéro de la RND, vous y lirez un dossier éclairant sur la démarche de simplicité volontaire. L'entrevue avec Serge Mongeau, le premier porte-parole québécois de la vie simple, fait bien le tour de la question.

MONGEAU, Serge. La simplicité volontaire, plus que jamais..... Montréal, Ed. Écosociété, 1998, 264 p.

Le classique québécois. Cet essai très académique est clairement centré sur l'environnement. L'auteur insiste cependant sur l'importance des changements nécessaires au niveau des individus, d'une démarche personnelle. Tout le catalogue des éditions Écosociété (dirigée par Serge Mongeau) porte sur des aspects qui sont au cœur des préoccupations du mouvement de simplicité volontaire.

ELGIN, Duane. Voluntary simplicity. Toward a way of life that is outwardly simple, inwardly rich. Revised edition. New York, Quill, 1993. 240 p

Un grand classique, côté américain. Duane Elgin est un des premiers théoriciens modernes de la démarche de simplification volontaire. Tout y est.

ANDREWS, Cecile. The circle of simplicity. Return to the good life. New York, Harper Perennial, 1997, 254 p.

Cecile Andrews aborde les divers aspects de la simplicité volontaire en partant toujours de son expérience personnelle ou de celle des membres des cercles de simplicité auxquels elle a participé. Féministe, l'auteure nous dit que ce mouvement prédispose à la simplicité volontaire, puisqu'il a développé chez les femmes la capacité d'analyser le système dans lequel nous évoluons et la force de s'y opposer. Bien qu'il soit en anglais, je vous recommande chaudement ce livre.

Sites internet:

www.simplicitevolontaire.org Le site du Réseau québécois de la simplicité volon-

taire. Ce site est prometteur; il est déjà assez complet et intéressant. Le réseau publie aussi la revue Simpli-Cité.

www.simpleliving.net

Un site bien intéressant, surtout pour son *Simple living Newsletter*, un bi-mensuel d'une grande qualité. On peut aussi y commander la plupart des livres américains sur le sujet.

www.adbusters.org Sans être un site dédié à la simplicité volontaire, le groupe *Adbusters*, remet en question la société de consommation.

En terminant, il faut se méfier de certaines revues portant des titres évoquant la simplicité. Nous l'avons dit, la simplicité est une tendance et elle est récupérée par les marchands. S'il y a trop de publicité, méfiez-vous!



SAVIEZ-VOUS QUE...

Selon les codes de droit, le prix de la vie varie.

À la fin de janvier 2003, la Cour suprême de la Sharia de Katsian au Niger a annoncé que la condamnation à mort pour adultère d'Amina Lawal était reportée en mars de la même année. La jeune femme, qui allaite son bébé, a pu bénéficier, semble-t-il, d'un sursis. Mais elle demeure passible de lapidation! *Amnistie internationale* espère que le verdict qui sera rendu respectera l'autorité de la Loi nigérienne qui reconnaît le respect du droit à la vie et prohibe la torture. Si le tribunal local faisait fi des normes internationales de respect des droits humains, *Amnistie internationale* poursuivra sa campagne auprès des autorités compétentes pour assurer le droit d'Amina Lawal de porter sa cause devant la Cour d'appel fédérale.

Pour obtenir plus d'information sur l'action d'Amnistie internationale dans cette cause ou pour l'appuyer : <http://www.amnistie.qc.ca>

Autre époque, même Humanité ?

«L'envie a empoisonné l'esprit des hommes, a barricadé le monde avec la haine, nous a fait sombrer dans la misère et les effusions de sang. Nous avons développé la vitesse pour nous enfermer en nous-mêmes. Les machines qui nous apportent l'abondance

nous laissent dans l'insatisfaction. Notre savoir nous a fait devenir cyniques. Nous sommes inhumains à force d'intelligence, nous ne ressentons pas assez et nous pensons beaucoup trop. Nous sommes trop mécanisés et nous manquons d'humanité» .

Extrait du film de Charlie Chaplin, *Le dictateur*, paru en 1940.

La Congrégation pour la Doctrine de la foi exerce la censure.

Publié à la fin de l'année 2002 dans le mensuel chrétien américain, **US Catholic**, un article rappelle que l'ordination des femmes n'est pas permise par l'Église catholique. Cette affirmation paraît après un précédent article de la même revue dont le contenu n'a pas plu à la puissante Congrégation pour la Doctrine de la foi. L'Agence *Vidimus dominum* , qui rapporte l'affaire, précise que la publication dans **US Catholic** d'un texte de soeur Catharina Broome parlant, entre autres, du désir de sainte Thérèse de Lisieux de devenir prêtre est à l'origine de la « clarification » apportée! Dans la phase initiale de sa maladie, écrit soeur Broome, la jeune Thérèse s'est plaint d'avoir vécu, par la volonté de Dieu, à une époque où elle ne pouvait être ordonnée prêtre. Ces propos de sainte Thérèse de Lisieux étaient rapportés dans un reportage présentant des témoignages de femmes qui se disaient

favorables à l'ordination des femmes. C'est pour cela que la Congrégation pour la Doctrine de la foi a demandé à la direction de la revue de publier la Lettre apostolique de 1994, *Ordinatio sacerdotalis*, et un autre texte de 1994, issu de la même Congrégation, contenant des points de doctrine... à ne pas perdre de vue.

Ces femmes que Dieu appelle aujourd'hui, où sont-elles ?

Où es-tu ? Where are you ? Cette question nous est posée depuis la nuit des temps : du jardin d'Eden en passant par le désert d'Hagar jusqu'à maintenant. Où sont ces femmes que Dieu appelle ? Où sommes-nous ? Où sont celles qui prêtent l'oreille pour recevoir le message divin ? Comment, d'un bout à l'autre du pays, les femmes font-elles de la théologie au quotidien ? Cette question a constitué le thème central d'une rencontre œcuménique organisée par **Women's Inter-Church Council of Canada (WICC)** en mai 2002. La rencontre, qui a eu lieu à l'Université mennonite canadienne, fait l'objet d'un bref compte rendu dans la revue: *Making Waves*, publié à Toronto, vol. 3:1, aut. 2002, page 5.

Courriel : wicc@wicc.org . Site web : www.wicc.org

L'œcuménisme : des pas à faire avant de traverser la société.

On a appris récemment que la Gouverneure générale du Canada — madame Clarkson, de religion anglicane — doit désormais s'abstenir de communier lorsqu'elle participe à des célébrations dans une église catholique. Selon le droit canon, les prêtres de l'Église catholique ne sont pas autorisés à donner les sacrements à des personnes d'autres religions que si celles-ci sont en danger de mort ou dans un besoin très urgent et si elles démontrent une croyance en la doctrine de la présence du Christ dans le vin et l'hostie.

Agathe Lafortune

ERRATUM

Dans notre dernier numéro (hiver 2003), une erreur s'est glissée dans le texte de Marie-Andrée Roy. En page 27, dans le paragraphe intitulé: "Une interpellation lancée aux hommes", la première phrase aurait dû se lire comme suit: "Traiter du problème de la prostitution, transformer les mentalités ne relèvent pas *que* du mouvement des femmes et nous ne pouvons pas y parvenir seules."



Le bulletin L'autre Parole est la publication de la Collective du même nom.

*Comité de rédaction: Louise Garnier, Yvette Laprise, Christine Lemaire,
Diane Marleau, Louise Melançon, Marie-Andrée Roy*

Travail d'édition: Christine Lemaire et Louise Garnier

Impression: Centre d'impression et de reproduction NOIR sur BLANC, Inc.

Abonnements: Marie-France Dozois

Envoi postal: L'équipe de Phoebé

<i>Abonnement régulier:</i>	<i>1 an (4 nos)</i>	<i>12,00\$</i>
	<i>2 ans (8 nos)</i>	<i>22,00\$</i>
	<i>de soutien</i>	<i>25,00\$</i>
	<i>outre-mer (1an)</i>	<i>14,00\$</i>
	<i>outre-mer (2 ans)</i>	<i>24,00\$</i>
	<i>à l'unité</i>	<i>4,00\$</i>

L'autre Parole est en vente dans les librairies suivantes:

à Montréal: La Librairie des Éditions Paulines

à Rimouski: La Librairie du Centre de pastorale

On peut s'abonner ou obtenir des exemplaires des numéros précédents en écrivant à

L'autre Parole, à l'adresse indiquée ci-dessous.

Chèque ou mandat-poste à l'ordre de : L'autre Parole

Adresse: C.P. 393, Succursale C, Montréal (Québec) H2L 4K3

Téléphone: (514) 374-6414

Courriel: yvette@cam.org

Site internet: <http://www.lautreparole.org>

Courrier de deuxième classe ——— enregistrement no 09307

Port de retour garanti

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada, par l'entremise du Programme d'aide aux publications (PAP), pour nos dépenses d'envoi postal.