

Enjeux

Les Echos

LE MENSUEL DE L'ÉCONOMIE

NUMÉRO
SPÉCIAL
ÉTÉ

Moi d'abord

L'individualisme triomphe
dans la société, l'entreprise et la vie privée.
Demain, la fin du collectif ?

M 04369-215 - F: 3,00 € - RD



N°215 Juillet-Août 2005

L'OFFRE DE BIEN-ÊTRE

Les bonnes affaires du moi

Etre soi ! C'est l'objectif ambitieux revendiqué par l'homme du XXI^e siècle. Hier défini et porté par sa catégorie sociale, l'individu est désormais seul à construire son parcours et à lui donner sens. C'est à chacun de se prendre en main pour développer son potentiel physique et mental et mener une vie intense et riche. Un travail à plein temps qui alimente un marché du conseil en « réalisation de soi ». Presque un secteur d'activité à part entière où se côtoient, dans une jungle hétéroclite, éditeurs, thérapeutes, coachs, marchands de régimes et autres chirurgiens esthétiques... Stéphane Lupieri



Il y a quelques mois, une délégation de jeunes femmes chinoises est venue rendre visite à Jean-Louis Servan-Schreiber. Avec un projet en tête : étudier le lancement de *Psychologies* magazine à Pékin. Après l'Italie, l'Espagne et bientôt la Grande-Bretagne, le mensuel du « mieux vivre » va-t-il un jour prodiguer ses conseils aux ménagères de l'empire du Milieu ? « Le besoin est mondial » assure en tout cas son patron. En France, les ventes ont explosé, passant de 75 000 à 350 000 exemplaires en huit ans, le plus fort taux de croissance de la presse. Quant au chiffre d'affaires publicitaire, il a été multiplié par vingt. « Je suis arrivé à un moment où une demande était vraiment en train d'éclore », reconnaît « JLSS ». Aide et conseils pour comprendre et gérer ses émotions, améliorer sa relation à soi et à autrui, développer son potentiel : les sommaires sont tirés au cordeau autour du leitmotiv ambiant – « être heureux » –, devenu par la même occasion l'objectif (ambitieux) qui s'impose désormais à tout individu. « Dans les années 60, les hommes se sont libérés d'une société de destin, où l'identité était définie par la place sociale et qui offrait à chacun un cadre de comportement et de pensée bien précis. Aujourd'hui, chacun doit se prendre en charge pour construire sa propre histoire, donner un sens à sa vie », explique le sociologue Jean-Claude Kaufmann, auteur de *L'invention de soi* (Armand Colin). « Plus question

LES QUATRE MARCHÉS DE L'ÉPANOUISSEMENT



1. INFORMER

Les rubriques « psycho » ont envahi les journaux. Chacun y va de ses conseils pour mieux se comprendre et accroître son potentiel. Il suffit de faire un saut chez son libraire. Le « développement personnel » est devenu l'un des segments les plus porteurs de l'édition avec des ouvrages de plus en plus pratiques.

2. DÉVELOPPER LE POTENTIEL

Thérapies, stages de développement personnel... l'offre d'accompagnement pour mieux fonctionner au quotidien se diversifie et se démocratise. Parallèlement, le coaching s'ouvre à la sphère privée et se faufile jusque dans la vie amoureuse.



de mener une vie médiocre, ajoute le philosophe Michel Lacroix. La société nous laisse entendre que l'épanouissement est à la portée de tous. Nous en avons enfin les moyens. » Être soi devient un travail à plein temps... et les marchés du « self help », ces produits et services dédiés au bien-être physique et mental, explosent.

Première étape de la quête du bonheur: l'information, qui se démocratise et se diversifie, investissant news magazines et quotidiens. Psychologies, toujours lui, alimente depuis deux ans une page « psycho » hebdomadaire dans 30 quotidiens régionaux et prépare une formule destinée aux jeunes femmes de 15 à 24 ans. L'édition prospère elle aussi. Le segment « santé, bien-être et vie de famille » a progressé de 48% en quatre ans avec 6,5 millions d'ouvrages vendus en 2003 pour un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros. « Au début de la décennie, ces sujets n'étaient pas encore grand public », souligne Elisabeth Daret, directrice générale de Marabout (Hachette). Actuellement, ils font jeu égal avec la cuisine dans les livres pratiques. Des éditeurs comme Eyrolles, Vigot ou Privat se lancent dans l'aventure. « Le marché est beaucoup plus encombré », reconnaît Jacques Maire, fondateur des éditions Jouvence, présentes sur ce créneau depuis seize ans.

Puis vient le « passage à l'acte », reflété par le boom du marché des thérapies et autres stages de développement person-

nel. Selon un sondage BVA (2001), 5,2% des Français suivent ou ont suivi une thérapie. Spécialisé en programmation neuro-linguistique (PNL) et en hypnose ericksonienne, le Dôjô (10 millions d'euros de chiffre d'affaires) connaît une croissance annuelle de 20% depuis cinq ans. « La demande de formation, notamment, a beaucoup augmenté », précise Bernard Hévin, fondateur de cette PME qui forme chaque année une vingtaine de psychothérapeutes, une soixantaine de coaches et reçoit près de 400 personnes en stage aux intitulés explicites : « construire sa vie d'adulte », « PNL, danse, flirt, drague et rencontres »... Plutôt que de chercher à guérir les maux du passé, l'essentiel de la clientèle veut lutter contre l'inconfort du présent. Objectif avoué: aider à donner un nouveau tour à sa vie. Des psychiatres, attirés par cette activité rémunératrice et plus « tranquille », rejoignent la cohorte des 10 000 à 15 000 psychothérapeutes en tout genre. « Beau-

3. MAÎTRISER ET MODELER LE CORPS

Le poids des apparences incite l'individu à se mettre en scène. L'alimentation est instrumentalisée au service de la santé. Le marché des régimes bat son plein. Les jeunes filles en font quatre fois plus que leurs mères à leur âge. Les tabous sur la chirurgie esthétique sont peu à peu levés.

4. RESSOURCER

Lieux de ressourcement où l'on vient prendre soin de soi, les spas intéressent de plus en plus d'industriels. Des activités plus contemplatives comme la marche dans la nature ou la fréquentation d'expositions d'art font aussi de plus en plus d'adeptes.



coup semblent en avoir assez de travailler avec des malades, ironise Jean Cottraux, patron de l'unité de traitement de l'anxiété à l'hôpital neurologique de Lyon. Dans notre ville, il est désormais presque impossible de trouver un psychiatre conventionné. La plupart sont partis faire du développement personnel avec des individus plutôt bien portants. »

Quant au coaching, il s'attaque à la sphère privée. « Nous recevons des demandes de plus en plus farfelues d'individus qui cherchent à être coachés dans leur vie relationnelle, sportive, amoureuse, voire sexuelle », explique Christine Joannais, déléguée générale d'une Société française de coaching (SFCoach) forte de quelque 600 adhérents. De 3 000 à 3 500 professionnels déclarent une activité de coaching – non réglementée – en France. Boosté par des émissions télévisées comme « Queer, cinq experts dans le vent » (TF1), le créneau du conseil en image de soi est très convoité. « Les médias poussent hommes et femmes à investir dans une image très narcissique », observe Christine Joannais. Le poids des apparences n'a jamais été aussi fort. « Évalué

en permanence, l'individu est contraint de se mettre en scène », assure Jean-Claude Kaufmann. Il soigne sa ligne. « Près de 70% de la population affirme contrôler peu ou prou son alimentation, afin de maigrir ou de ne pas grossir », précise le psychiatre nutritionniste Jean-Philippe Zermati, auteur de *Maigrir sans régime* (Odile Jacob). « Mais il ne suffit plus d'être mince, il faut aussi donner à voir, à travers sa façon de manger, sa capacité à maîtriser son corps. » Les produits light investissent de nouveaux secteurs, comme les glaces ou la charcuterie, avec des pointes à 20% de part de marché dans les soft drinks, et le créneau de la « santé active » (aliments, probiotiques...) s'épanouit. En 2004, un foyer sur deux a acheté au moins un produit de ce genre, selon TNS media intelligence.

La chirurgie esthétique, elle, se banalise. « Il y a dix ans, on commençait à consulter entre 25 et 35 ans. Aujourd'hui, les plus jeunes clientes sont des post-adolescentes », précise Marianne Prévot, secrétaire générale de la Société française des chirurgiens esthétiques plasticiens. En France, quelque 150 000 interventions sont pratiquées chaque année par les 700 chirurgiens généralistes « homologués » par les conseils de l'ordre départementaux et les 1 500 chirurgiens ORL. Mais environ 3 500 médecins exerceraient cette discipline, selon les compagnies d'assurances. Le « low cost » et la délocalisation font même une irruption remarquable dans la spécialité,

La chirurgie esthétique n'est autre que le remodelage du corps par la science, cette fois au service de l'individu.



avec une liposuction ou un lifting en Tunisie à des prix défiant toute concurrence! « La chirurgie esthétique, qui n'est autre que le remodelage de soi par la science, redonne du lustre à la croyance dans le progrès. Mais un progrès au service de l'individu et non plus de l'humanité », observe la sociologue de la consommation Elisabeth Tissier-Desbordes.

Pour autant, l'épanouissement n'est pas forcément au bout du voyage. « Même si l'opération est réussie, un patient sur trois manifeste une insatisfaction psychique. Avant d'opérer, il faut comprendre la demande profonde que le seul geste chirurgical ne peut pas toujours résoudre », observe le psychiatre Gérard Le Gouès, auteur de l'ouvrage *Un désir dans la peau, la chirurgie esthétique sur le divan*. « Dans les années 60 et 70, il y avait une griserie à s'émanciper, à briser les cadres. L'individu en a découvert plus récemment le prix à payer », souligne Jean-Claude Kaufmann. L'injonction à s'épanouir, à avoir la bonne ligne ou le bon look, un travail stimulant, un conjoint et des enfants heureux, des amis attentionnés... exercent une énorme pression sur l'individu. « On prépare une société de déprimés qui n'atteindront pas leurs objectifs et chercheront à se retirer du jeu », s'inquiète Gérard Le Gouès. Loin d'être un signe d'autonomie, la demande de coaching révèle le besoin de prise en charge, celui d'être soulagé d'une partie de ce « travail d'être soi », générateur de fatigue psychique. « Le maître mot du développement personnel, c'est

“équilibre” », assure Elisabeth Darets. D'où l'offre croissante d'ouvrages de techniques de massage (shiatsu) et de gymnastique méditative (chi gong, tai chi...) et la vivacité du phénomène des spas (*sanitus per aquam*). « Ces nouveaux centres de massage avec jacuzzi et sauna... ressortent dans nos études comme des lieux de ressourcement où l'on investit sur soi », précise Olivier Aron, président du Cabinet de conseil Rosae. Il s'en ouvre 200 par an en France, du spa hyperbranché pour cadres stressés au modeste équipement d'un cabinet d'esthétique. Les industries hôtelière et de cosmétique s'y intéressent de très près. Accor ou le Club Med multiplient les spas, Nuxe et Caudalie, marques de produits de soin vendues dans les circuits sélectifs, ouvrent des centres à leur nom.

Les livres ou les stages purement techniques n'auront sans doute qu'un temps. « Je crois beaucoup plus à l'avenir des loisirs culturels qu'à celui des techniques de coaching », assure Michel Lacroix, qui analyse dans son livre *Le Développement personnel* (Flammarion) les dérives possibles du phénomène. « Participer à une chorale, faire une randonnée pédestre, visiter un musée... Autant d'actes concrets de reconquête de soi, où le sujet se reconstruit dans la disponibilité, voire la contemplation. » « Plus l'individu va s'interroger sur le sens de son existence, plus il aura besoin de mener une vie passionnée », assure Jean-Claude Kaufmann. Le business ne peut qu'y trouver son compte. ●