RIODD 2023 : Changer ou s'effondrer ?

Analyses, repères et propositions pluridisciplinaires face à la nécessité d'un changement rapide et profond de nos manières de produire de consommer et d'échanger

Proposition de session thématique Organisations et Sobriété

Date limite pour les propositions de communication : Vendredi 12 mai 2023 (minuit)

(déposer sur le site + mail : riodd2023@sciencesconf.org + mail organisateur-trice)

1°) Présentation du/ de la (ou des) animateur/trice(s) de la session

ROBERT Isabelle, LUMEN, Université de Lille
651 avenue des Nations Unies, 59100 Roubaix
isabelle.robert@univ-lille.fr

2°) Titre précis de la session (français et anglais):

Organisations et Sobriété

Depuis plusieurs mois, la sobriété, mot jusqu'à présent tabou, a fini par s'introduire dans le débat public. Cette notion apparue dans les réseaux écologistes militants au début des années 2010 avec la sortie du célèbre ouvrage de Pierre Rahbi, dénommé « sobriété heureuse » (2010) a peu à peu gagné en popularité dans les politiques environnementales et énergétiques mais également dans le milieu académique (Papaux et Bourg, 2010 ; Semal et al., 2014 ; Gorge et al., 2015 ; Guillard, 2019 ; Guillard 2022, …). Plus récemment, en 2022, le GIEC s'est emparé de ce vocable et y a consacré un chapitre dédié dans son 6ème rapport. Ce questionnement sur la sobriété n'est pas neuf et renvoie à l'idée de décroissance et d'austérité développée par Illich (1973), Georgescu-Roegen (1975), Latouche (2006)… Si la logique de sobriété est prioritairement rattachée à l'univers de la consommation (Princen, 2005), force est de constater son apparition encore timorée dans le monde des organisations et de l'entrepreneuriat incarnée par le plaidoyer pour une économie de la sobriété (Mouvement impact France) et revendiquée par certains entrepreneurs qui innovent en développant des business models sobres. Ces quelques manifestations démontrent que l'organisation n'échappe pas à l'appel à la sobriété.

Face à l'essor des multiples défis à la fois environnementaux et sociaux suscités par notre organisation sociale et économique fondée sur l'abondance, les entreprises sont de plus en plus questionnées sur leur véritable contribution au bien-être social et sur leur capacité à préserver les écosystèmes biologiques. C'est la raison pour laquelle se sont développés récemment à la fois des business models soutenables et circulaires. Cependant, à ce jour, ces nouveaux modèles économiques ne sont pas parvenus à réduire drastiquement leur empreinte écologique même si les entreprises ont fait des efforts en termes d'éco-conception, d'efficacité énergétique, de circularité des flux de matières. Leurs initiatives restent essentiellement centrées sur l'offre, sont toujours adossées à l'idéologie de la croissance et occultent les niveaux de consommation excessive (Bocken et al. 2016). Ces business models soutenables font trop souvent référence aux tenants de la durabilité faible et plus globalement s'encastrent dans le paradigme de la croissance verte. Ils n'interrogent pas leur essence même, c'est à dire leur encastrement dans la société et la biosphère, ni véritablement la question de la valeur créée et de sa distribution ainsi que leur impact sur la consommation (Hankammer et al. 2018).

Parler d'organisation, d'entrepreneuriat et de business model sobre fait référence à deux concepts clés que sont la décroissance et la sobriété (ou la notion de *sufficiency* couramment rencontrée dans le lexique anglo-saxon). Kallis (2011) définit la décroissance d'un point de vue écologique et économique comme « une réduction socialement durable et équitable (et éventuellement une stabilisation) du débit de la société ». Le débit fait référence aux matériaux et à l'énergie qu'une société extrait, transforme, transporte et distribue pour consommer et retourner dans l'environnement sous forme de déchets». Cette définition fait écho aux limites écologiques planétaires atteintes par nos modes de vie (Rockström et al. 2009) et à notre impossibilité de découpler la croissance à la consommation de ressources (Jackson, 2009). Cependant comme le rappelle Latouche (2009), la décroissance est avant tout « un mot obus » qui vise à créer de nouvelles visions des transformations sociales, économiques et écologiques et à concevoir un nouvel imaginaire social. Afin d'y parvenir, Khallis (2011) propose « un changement politique, institutionnel et culturel systémique afin de créer un système différent où l'expansion ne sera plus une nécessité et où la rationalité économique et les objectifs d'efficacité et de maximisation ne domineront pas toutes les autres rationalités et objectifs sociaux». Dans cette logique, la décroissance ne peut être compatible avec les économies de marché capitalistes car « le capitalisme a besoin de croissance » et qu'une refonte totale des institutions qui en sont

le soubassement s'impose comme la décolonisation de nos imaginaires (Khallis et al. 2012). De ce fait, la décroissance est un sujet rarement évoqué dans le cadre de l'activité des entreprises et les associer conduit à un oxymore (Khmara et al., 2018). En effet, jusqu'à présent, les débats autour de la décroissance se sont concentrés au niveau macroéconomique et la discussion du rôle des entreprises et de leur fonctionnement dans un paradigme de décroissance est souvent occultée ou se révèle inopérante. Cette absence de recherche est à mettre en lien avec cette incompatibilité profonde entre décroissance et entreprises évoluant dans une économie de marché. En effet, comme le soulignent Banerjee et ses co-auteurs (2021), « les organisations tendent à refléter la superstructure hégémonique visant à reproduire cette économie de croissance ».

Si l'on examine désormais le lien entre sobriété et entreprise, ce dernier est loin d'être naturel et presque inexistant en raison de son arrimage à la réduction de la consommation (Bocken et al. 2016 (b)). Selon Gorge et al. (2013), « la sobriété est souvent envisagée sous le prisme du dépouillement volontaire pour ne conserver que les attributs considérés comme essentiels. Et les concepts associés à celui de la sobriété s'entendent comme une démarche volontaire de réduction, ou de réévaluation des modalités de consommation à la baisse, visant prioritairement à préserver la biosphère ». Ainsi, la sobriété s'apparente essentiellement à des actions individuelles des consommateurs ce qui positionne la sobriété comme un problème de consommation et non un problème d'offre émanant des entreprises (Bocken et Short. 2016). Quelques tentatives ont été menées pour introduire la sobriété comme pilier de l'entrepreneuriat durable (Young et Tilley, 2006) ou d'un business model soutenable à l'instar des recherches menées par Dyllick et Hockerts (2002) et par Bocken et Short (2016). Cependant elles restent minoritaires et nécessitent d'être développées.

L'objectif de cette session est donc de penser la décroissance et la sobriété à l'échelle des organisations tant au niveau des stratégies, des modes organisationnels, des business models, des formes d'entreprises, … et de contribuer au débat théorique à même d'éclairer les questionnements suivants (qui restent indicatifs):

- Penser organisation sobre a-t-il un sens dans le paradigme social dominant ? Comment les entreprises parviennent à se désengager de l'obsession de la croissance ? Comment les organisations dans une perspective de décroissance parviennent-elles à promouvoir une valeur autre que la valeur monétaire ?...

- Quelles sont les organisations les plus à mêmes de porter le paradigme de la décroissance et de la sobriété ? Des premières esquisses d'entreprises s'inscrivant dans le paradigme de la décroissance ont été dressées telles que les entreprises sociales, les organisations à but non lucratif (Johanisova et al. 2013), les entreprises prospères sans croissance (Liesen et al. 2015), les entreprises qui choisissent d'être grandes plutôt que très grandes (Burlingham, 2016)… , que nous apprennent ces organisations sur leurs valeurs, leur fonctionnement, leur adaptation, leur écosystème… ? Quels sont les business models compatibles avec les principes de la décroissance ? Comment des business models sobres peuvent-ils à encourager à la sobriété tant au niveau de la production que de la consommation ?...

- Quelles sont les contradictions que suscitent la décroissance et la sobriété au niveau de l'entreprise ? Quels sont les paradoxes, les tensions, les freins rencontrés par les entrepreneurs et leurs parties prenantes pour les entreprises qui s'engagent sur le chemin de la décroissance ?.

Comment les entreprises parviennent-elles à trouver un équilibre entre sobriété et dépendance à la consommation ?...

-Et plus généralement quelles sont les constructions théoriques qui permettraient d'articuler les principes de décroissance au niveau des entreprises ? Comment penser des modèles théoriques alternatifs en stratégie et en management des organisations qui pourraient conduire à la décroissance ?...

Références bibliographiques

- Banerjee, S. B., Jermier, J. M., Peredo, A. M., Perey, R., & Reichel, A. (2021). Theoretical perspectives on organizations and organizing in a post-growth era. *Organization*, *28*(3), 337-357.
- Bocken, N. M., De Pauw, I., Bakker, C., & Van Der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of industrial and production engineering*, *33*(5), 308-320.-
- Bocken (b), N. M., & Short, S. W. (2016). Towards a sufficiency-driven business model: Experiences and opportunities. *Environmental innovation and societal transitions*, *18*, 41-61.
- Burlingham, B. (2016). *Small Giants: Companies that choose to be great instead of big, 10th-anniversary edition*. Penguin.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*, *11*(2), 130-141.
- Georgescu-Roegen, N. (1995). La décroissance. *Entropie-Écologie-Économie*, 47.
- Gorge, H., Herbert, M., Özçağlar-Toulouse, N., & Robert, I. (2015). What do we really need? Questioning consumption through sufficiency. *Journal of Macromarketing*, *35*(1), 11-22.
- Guillard, V. (2019). *Du gaspillage à la sobriété: Avoir moins et vivre mieux?*. De Boeck Supérieur.
- Guillard, V. (2021). *Comment consommer avec sobriété*. De Boeck Supérieur.
- Hankammer, S., & Kleer, R. (2018). Degrowth and collaborative value creation: Reflections on concepts and technologies. *Journal of Cleaner Production*, *197*, 1711-1718.
- Jackson, T. (2009). Prosperity without growth?: The transition to a sustainable economy.
- Johanisova, N., Crabtree, T., & Fraňková, E. (2013). Social enterprises and non-market capitals: a path to degrowth?. *Journal of Cleaner Production*, *38*, 7-16.
- Kallis, Giorgos. In defence of degrowth. *Ecological economics*, 2011, vol. 70, no 5, p. 873-880.
- Kallis, G., Kerschner, C., & Martinez-Alier, J. (2012). The economics of degrowth. *Ecological economics*, *84*, 172-180.
- Khmara, Y., & Kronenberg, J. (2018). Degrowth in business: An oxymoron or a viable business model for sustainability?. *Journal of Cleaner Production*, *177*, 721-731.
- Illich, I., Giard, L., & Bardet, V. (1973). *La convivialité*. Paris: Editions du Seuil.
- Latouche, S. (2006). *Le pari de la décroissance*. Fayard.
- Liesen, A., Dietsche, C., & Gebauer, J. (2015). Successful non-growing companies. *Humanistic Management Network, Research Paper Series*, (25/15).
- Nesterova, I. (2020). Degrowth business framework: Implications for sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, *262*, 121382.
- Papaux, A., & Bourg, D. (2010). *Vers une société sobre et désirable*. Presses Universitaires de France.
- Princen, T. (2005). *The logic of sufficiency*. Mit Press.
- Rabhi, P. (2014). *Vers la sobriété heureuse: Nouvelle édition*. Éditions Actes Sud.
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin III, F. S., Lambin, E., ... & Foley, J. (2009). Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and society*, *14*(2).
- Semal, L., Szuba, M., & Villalba, B. (2014). «Sobriétés»(2010-2013): une recherche interdisciplinaire sur l'institutionnalisation de politiques locales de sobriété énergétique.
- Young, W., & Tilley, F. (2006). Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. *Business Strategy and the Environment*, *15*(6), 402-415.