



LES DERNIÈRES TENDANCES MISES EN PLIS

NUMÉRO SPÉCIAL

N°04 - NOVEMBRE 2024

VOUS ALLEZ
VOUS ENNUYER

Édito

Méto, boulot, dodo, mails, notifications, posts, likes, scrolls... Aucun doute, nous vivons à 100 à l'heure, dans une société où chaque instant est chronométré, évalué, partagé, liké. Mais face à cette fuite en avant, l'ennui fait un retour inattendu ! Ce qui semblait être jadis un moment de vide redouté se transforme désormais en un espace sacré, voire inaccessible, pour nos vies submergées d'informations et d'obligations. Il ne s'agit plus simplement d'un état d'esprit, l'ennui devient petit à petit

une ressource précieuse, parfois monnayable, et une composante clé de notre quête moderne du bien-être.

Ce changement de paradigme a des répercussions non seulement sur nos modes de vie individuels, mais également sur la façon dont les entreprises, les institutions et même les industries se réinventent pour répondre à cette demande grandissante de ralentissement. Pour explorer cette transformation sociétale, nous vous proposons ce numéro « spécial ennui ». Alors, préparez-vous à vous ennuyer !



MAGAZINE & FILS.

Sommaire

03

Live fast, die young :
Bienvenue dans l'ère
de l'hyperproductivité.

06

Déconnexion digitale
imminente.

09

Le prix à payer
pour s'ennuyer.

12

Nos recocottes.

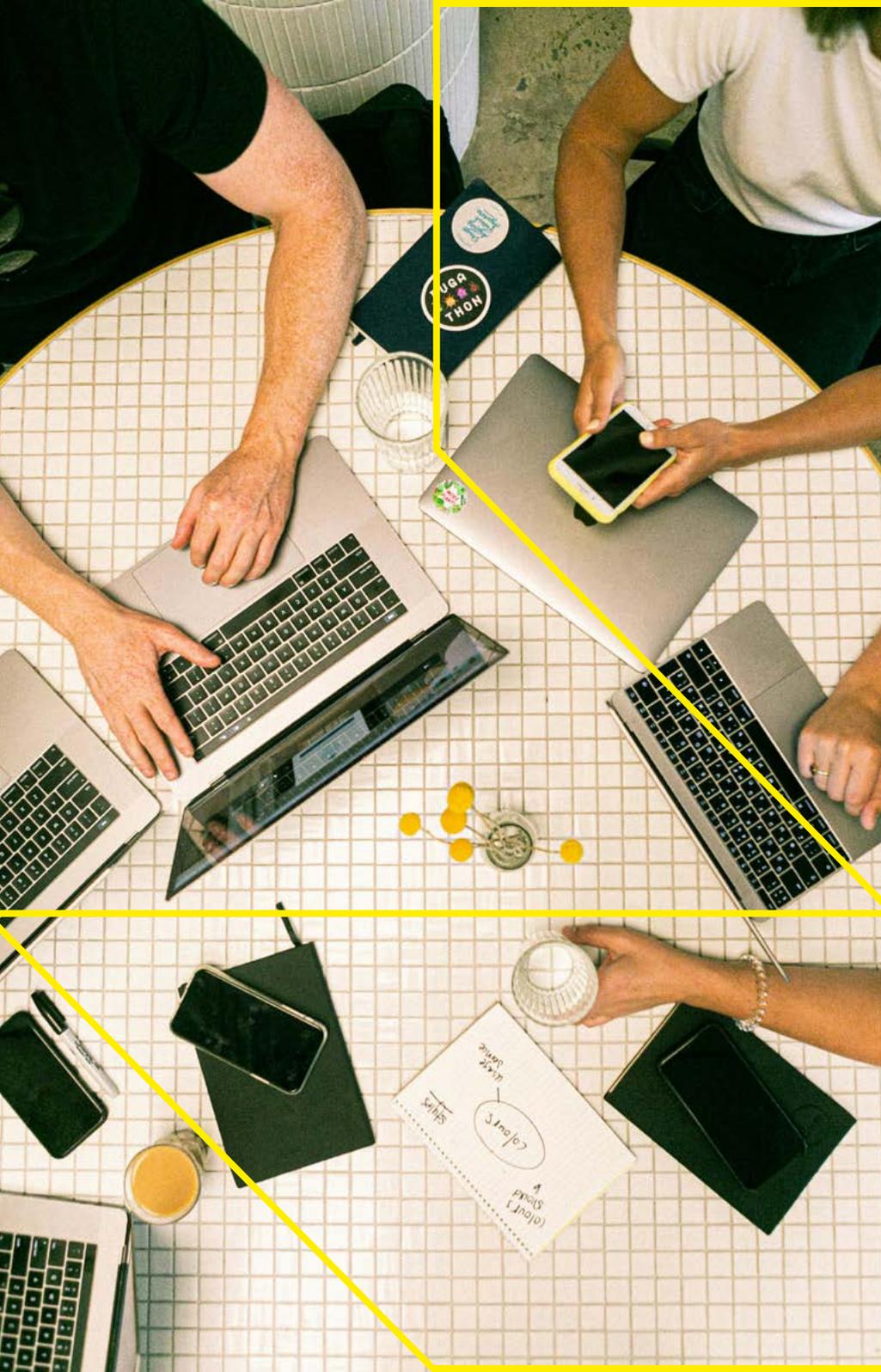
13

Sources & références

Lire Cocotte stimule le cerveau
humain autant que faire de
l'origami. Ça c'est plié.



LIVE FAST, DIE YOUNG :
**BIENVENUE DANS L'ÈRE
DE L'HYPERSPRODUCTIVITÉ.**



Pendant longtemps l'ennui a été associé à l'échec. Ne rien faire, c'était laisser place à l'inactivité, à la stagnation et à la paresse. Un truc de losers qui n'ont pas pu, ou pas voulu, prendre le train de l'hyperproductivité en route. La mondialisation, le développement du numérique et des innovations technologiques ont renforcé cette idée que tout doit aller toujours plus vite, plus loin, que nous devons être plus performants, et que notre temps de vie perso, qui jadis était l'apanage de l'oisiveté, doit aussi être productif.

Vacances actives, développement personnel, performance jusque dans les moments de détente... voilà l'obsession de nos vies modernes. Mais cette survalorisation de la productivité à tout prix nous montre enfin ses failles. Face à ce rythme incessant s'ouvre la voie d'une contre-culture étonnante : celle du retour au calme, et par extension, de l'ennui.

La productivité, une religion ?

Notre amie l'hyperproductivité s'est profondément implantée dans notre quotidien. En entreprise, nous sommes inondés d'indicateurs de performance (les fameux KPIs) et dans nos vies perso nous devons incessamment entretenir une gestion minutieuse de notre temps libre. Car oui, même nos loisirs sont devenus des occasions de prouver que nous optimisons notre vie. Et les réseaux sociaux ne nous facilitent pas la tâche en nous incitant à montrer que chaque minute compte, que nous vivons pleinement notre vie et que nous sommes toujours dans l'action, toujours en mouvement.

Nos vacances n'ont plus de valeurs si elles ne sont pas partagées, likées ou commentées. Instagram, Snapchat, TikTok... et même LinkedIn : ces plateformes regorgent de contenus où l'ennui n'a pas sa place, où la passivité est vue comme un défaut à combler à tout prix... un vide.

« Être productif est devenu une façon de décrire sa personnalité, c'est devenu une valeur personnelle ».

Selon Rahaf Harfoush, membre du Conseil National du Numérique (CNNum), chercheuse et autrice, « Être productif est devenu une façon de décrire sa personnalité, c'est devenu une valeur personnelle ». Aujourd'hui, valoriser des activités extraprofessionnelles et ses soft-skills pour démontrer qu'on n'arrête jamais est devenu indispensable sur nos CV. Et qui ne le ferait pas en même temps ? Eh bien, non : ne pas poster ses vacances aux Maldives sur Insta, ses derniers projets sur LinkedIn, ou son avis sur la dernière saison de *House of the Dragon* sur X, ne signifiera pas que vous êtes incompetent, inintéressant ou triste dans la vie... pas plus que partir du bureau à 18h... Mais dans une société où la compétitivité entre les individus fait rage, pour se démarquer, il est de bon ton d'exposer son hyperactivité aux yeux de tous pour émerger, se distinguer, exister. Alors, la prochaine fois que vous voudrez poster les exploits de votre chat en story, vous penserez à nous et au culte de la productivité, ce besoin incessant et irrésistible de prouver aux autres que nous sommes toujours « occupés ». (*Don't worry*, on ne vous jugera pas, promis !)





Repenser le vide : une nécessité pour se retrouver

Venons-en à pourquoi néglige-t-on tant la "disponibilité à soi" ? Cette faculté magique et précieuse que l'on possède tous, qui nous permet de nous retrouver et nous redécouvrir dans les moments de calme. En psychologie, l'ennui est primordial, aussi bien chez les enfants que chez les adultes, c'est un état nécessaire pour l'introspection, la créativité et la régénération mentale.

Et par conséquent pour le développement de notre personnalité, de notre vie et donc de notre bonheur.

Selon Catherine Audibert (psychologue-clinicienne, psychanalyste), « Être seul » et « être » seraient synonymes. « Le sentiment d'être ne peut advenir que si la solitude est un élément structurant du psychisme et non désorganisant », dit-elle en reprenant les propos de Winnicott pour qui l'ennui est primordial, considéré comme de la « maturité affective » : « la capacité d'être seul permet ainsi à l'individu d'être heureux temporairement en l'absence d'un autre et de stimulations externes. »

Sommes-nous donc de moins en moins capables d'être seuls ? Et, par conséquent, incapable de nous ennuyer ?

Il ne s'agit pas seulement d'une question de psychologie individuelle. La société dans son ensemble est aujourd'hui à la croisée des chemins : allons-nous continuer à valoriser la productivité sans fin et notre incessant besoin de reconnaissance, au risque d'épuiser à la fois nos ressources internes et externes, ou allons-nous accepter que le ralentissement soit non seulement possible, mais nécessaire ? (pour ne pas dire « indispensable »).

Quand va-t-on cesser de nous inonder de *Morning routine* en 10 étapes ou de formations de 2h30 sur LinkedIn pour optimiser notre bonheur... svp, laissez-nous nous ennuyer (et c'est gratuit ! Encore que... cf. notre article page 10). ■





LA DÉCONNEXION

IMMINNEMENTE.

En voulant nous rapprocher, la technologie nous a éloigné les uns des autres, ainsi que de nos principes. Elle a certes facilité nos vies, mais également tout compliqué en transformant notre smartphone en un véritable fardeau.

Notifications incessantes, flux d'informations continu, attentes de réactivité immédiate, *phubbing* (de *phone* et *snubbing*, soit le fait d'ignorer des personnes physiquement présentes en consultant son téléphone plutôt que de communiquer avec elles)... la surconnexion numérique a fini par générer un épuisement collectif. Et paradoxalement, cette surcharge technologique pousse certaines personnes, et en particulier les jeunes, à se tourner vers des solutions de plus en plus radicales pour échapper à cette emprise.

Gen Z : ultra-connectée, mais ultra-consciente du problème

Il peut sembler contre-intuitif de penser que la Gen Z, qui est née et a grandi avec les écrans, se tourne de plus en plus vers des pratiques de déconnexion. Selon le 2023 Annual Gen Z Screen Time Report, le temps d'écran des Z serait de 7h en moyenne par jour (+ 6,5 % en un an) soit plus de 49h par semaine.



Et selon Common Sense Media, environ la moitié des jeunes de 11 à 17 ans recevrait en moyenne 237 notifications par jour.

Mais récemment, un problème met tout le monde d'accord : les réseaux sociaux. D'après une enquête de Cyberghost (leader en VPN), 88 % des répondants sont conscients de la toxicité de ces plateformes. En tête, TikTok, qui serait perçu comme le réseau social le plus toxique en France (44 % des sondés) en raison des comportements malveillants comme la désinformation, le trolling et le cyberharcèlement, suivi de X (19 %).

On remarque également que les jeunes générations sont celles qui voient d'un plus mauvais œil les réseaux sociaux : 36 % des *baby-boomers* perçoivent Facebook comme toxique, tandis que 51 % des milléniaux le jugent ainsi. Sans appel, les réseaux sociaux sont enracinés dans nos vies, nous noyant dans une « conformité sociale ». Ces plateformes sont comparables à d'immenses champs de mines d'insécurités émotionnelles. Parfois, on tombe sur des choses sympas, intéressantes... et parfois sur d'autres, bien moins agréables. Et passer 7h par jour à ne regarder que les beaux aspects de la vie des autres... cela a forcément des répercussions psychologiques. L'estime de soi en prend un coup et, comme vu dans le dernier article, la recherche d'approbation des autres est exacerbée, quitte à perdre de vue ses valeurs et ses aspirations personnelles.





Et puis un jour, un peuple d'irréductibles Z décide de résister à l'envahisseur !

Un besoin collectif de déconnexion prend alors diverses formes, comme couper les notifications, activer une fonction « noir et blanc » pour un écran moins attrayant... Et chez les Gen Z, une tendance : l'utilisation de téléphones dits *dumb phones*, c'est-à-dire des appareils limités aux fonctions essentielles (appels et SMS). Ce retour à la simplicité est une initiative légitime pour reprendre le contrôle de vies saturées d'interactions et de pressions sociales digitales. Cela dit, il est rare que ces appareils remplacent définitivement un smartphone, mais ils sont utilisés pour des « cures » récurrentes allant de plusieurs jours à des semaines.

Ces « téléphones stupides » ne sont pas la première technologie que la génération Z a ressuscité avec nostalgie, il y a également les appareils photo jetables, les Polaroids ou encore la bonne vieille Game Boy. De nombreux bienfaits sont constatés chez les participants :

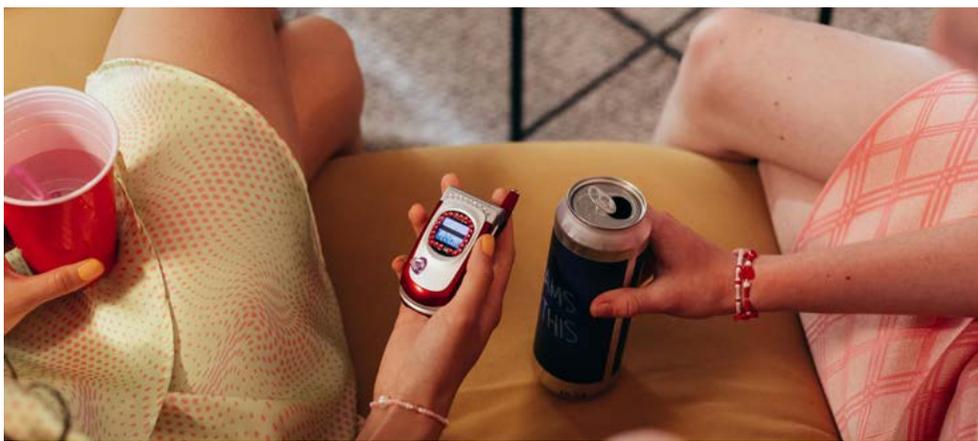
un stress nettement diminué (plus de notifications, plus de RS), un sentiment de mieux vivre l'instant présent, mieux profiter de la vie réelle, une meilleure vie sociale plus qualitative, une meilleure qualité de sommeil, ou encore, de manière générale, une meilleure humeur. Ça donne envie ! En d'autres termes, cette tendance est en hausse et pourrait prendre de plus en plus d'ampleur. D'après un rapport de CNBC publié en mars 2023, les ventes de téléphones à clapet connaissent une forte croissance depuis la nouvelle version du célèbre Nokia 3310 qui a été lancée en 2017.

Le phénomène de la digital detox

En 2023, l'INSEE dévoile que 1/3 des internautes ont tenté de réduire leur temps d'écran, et 7% d'entre eux n'y parviennent pas. Cette quête de déconnexion ne se limite pas aux jeunes générations. La *digital detox*, un terme désormais bien implanté dans notre lexique, est devenue une industrie en soi. Des entreprises et des lieux proposent des retraites où la technologie est bannie.

En France par exemple, des hôtels et gîtes offrent des séjours sans connexion internet, pour encourager leurs clients à se plonger dans la nature, à renouer avec des activités simples comme la marche ou la lecture, sans l'ombre d'un smartphone.

Cette tendance à la déconnexion est donc amplifiée par la prise de conscience des effets néfastes de la « surconnexion ». En effet, des études montrent que l'exposition excessive aux écrans peut entraîner une diminution de la concentration, une augmentation de l'anxiété ou encore une baisse du sentiment de bien-être général. Sans oublier le FOMO (*Fear of Missing Out*), soit la peur de « manquer quelque chose ». C'est ce qui nous pousse à tout de même aller à cette soirée où on ne veut pas aller, ou, justement, à ouvrir Instagram sans la moindre raison. Quelque chose qui nous pousse à rester, nous connecter ou nous rendre quelque part par peur de manquer une « information primordiale ». Et alimentant ainsi un cercle vicieux d'anxiété et d'insatisfaction. En gros, on craint que le monde tourne sans nous. Face à ces constats, il est probable que la tendance à la déconnexion continue de croître. À l'avenir, nous pourrions assister à une réflexion plus profonde sur l'utilisation de la technologie et à une recherche d'un équilibre plus sain entre le monde digital et la vie réelle. ■



A person wearing a green hoodie is lying on a brown leather sofa, looking bored or exhausted. The background features a brick wall and a staircase. The text is overlaid in large, bold, yellow letters.

**LE PRIX
À PAYER
POUR
S'ENNUYER**



L'ennui, autrefois redouté, fait son grand retour, à tel point qu'il devient même un produit monétisable. De plus en plus d'entreprises capitalisent sur ce besoin croissant de déconnexion et d'oisiveté. Des services autrefois impensables voient le jour où des individus paient pour s'offrir des moments de calme, loin de la frénésie de la vie quotidienne. Ce marché, bien qu'encore émergent, illustre à quel point notre rapport au temps et à l'ennui a évolué. Pas de doute, on vit une époque formidable.

Des événements et services insolites ont vu le jour pour offrir une véritable expérience de coupure. Le Snug Extreme Relaxing Championship, organisé à Londres en 2023, est un bon exemple. Dans cette compétition, les participants devaient retrouver un état de relaxation après avoir été exposés à des situations de stress extrême. Cet événement met en lumière l'importance de maîtriser l'art de se détendre, un défi dans un monde hyperconnecté.

D'autres initiatives, comme le café Offline Club à Amsterdam qui propose des événements où les participants paient pour passer plusieurs heures sans distractions digitales. Ces clubs fleurissent dans les grandes villes du monde et deviennent populaires pour ceux qui cherchent à renouer avec le calme. Comptez environ 9 euros pour y participer. Ils permettent aux participants de retrouver du temps pour eux et d'échapper à toute sollicitation des réseaux sociaux et autres distractions numériques. L'occasion de retrouver une vie sans smartphone et se reconnecter à soi, et aux autres.

Des retraites silencieuses plus onéreuses sont également en plein essor. Aux États-Unis, des séjours de plusieurs jours où les participants s'engagent à ne pas parler rencontrent un franc succès. Certaines entreprises facturent jusqu'à plusieurs milliers de dollars pour une semaine dans un cadre déconnecté et silencieux.

Des centres de flottaison sensorielle se développent également. Dans ces espaces, les utilisateurs sont plongés dans des bassins d'eau salée dans une pièce sombre, isolés de tout bruit et toute lumière. L'objectif ? Ne rien faire. Juste profiter du silence et du calme, en oubliant toute stimulation extérieure pour se reconnecter à soi-même.





Un besoin général, même dans la vie pro

Cette quête de l'ennui s'inscrit dans une dynamique plus large axée sur le bien-être au travail. Une étude de l'institut VWL en 2023 a révélé que 73 % des travailleurs priorisent aujourd'hui leur bien-être personnel sur leur réussite professionnelle. En parallèle, 76 % des répondants ont déclaré refuser des postes jugés trop stressants, même s'ils offrent de meilleures rémunérations. Face à cette réalité, des entreprises répondent à ce besoin en mettant en place des programmes de bien-être, des journées sans réunions et des espaces de détente pour permettre aux employés de ralentir et de réduire la pression au travail. Ces incitatives anti *burn-out* naissent dans des entreprises telles que Meta et PayPal, qui proposent des congés sabbatiques anticipés. De plus, des politiques favorisant le droit à la déconnexion sont instaurées pour garantir aux employés de ne pas être sollicités en dehors des heures de travail et répondre à ce besoin de séparation entre vie personnelle et professionnelle.



L'ennui, une tendance qui se confirme

L'ennui, loin d'être une simple tendance éphémère, s'impose comme une réponse à la surstimulation de notre société moderne. De plus en plus de personnes cherchent à ralentir et à retrouver des moments de calme et les marques l'ont bien compris. Ces services et produits ne font que répondre à un besoin grandissant de reconnexion à soi et de pause mentale dans un monde en perpétuelle effervescence.

Face à cette réalité, il est fort probable que la tendance à l'ennui et à la déconnexion continue de se développer, avec toujours plus d'offres visant à aider les individus à retrouver ce luxe simple, mais nécessaire : ne rien faire (et on peut même le faire gratuitement). ■

NOS RECOGOTTES

DES TROUVAILLES INSPIRANTES POUR NOS MOMENTS DE PAUSE ET DE RÉFLEXION

Rematch : homme 0 – machine 1

Cette mini-série à découvrir dévorer sur la plateforme Arte TV retrace l'histoire de la revanche (le rematch) entre Garry Kasparov, légende des échecs et Deep Blue, intelligence artificielle conçue par IBM et P.C., son ingénieur sorti de son sous-sol pour développer la bête. Un éclairage très actuel sur les prémices de l'IA, 30 ans avant Chat GPT, qui nous dévoile la volonté et les moyens déployés par la firme pour gagner à tout prix face à un champion obsessionnel qui ne supporte pas l'idée de perdre face à une machine. Passionnant.



Tabor Robak, artiste piXXL

Artiste incontournable dans le monde de l'art numérique. À travers ses installations vidéo multicanales et ses œuvres génératives, Robak sublime des univers visuels saturés et denses qui plongent le spectateur dans un tourbillon d'images et de données colorées. Son travail, inspiré par la Pop Culture, interroge notre rapport à l'art, l'information et l'infobésité numérique en mettant en scène cette profusion de stimuli qui rythment nos vies modernes.

Les créas parlent aux créas

Idéal pour nourrir vos esprits curieux, ce podcast animé par Jérémie Claeys et Laurent Bazart invite des artistes et créatifs de tous horizons à partager leurs expériences, leurs doutes et leurs succès. À travers des conversations sincères sous forme d'entretiens, Sens Créatif explore les parcours de ceux qui font de l'imaginaire leur métier, en mettant en lumière les défis et inspirations du quotidien artistique. Un choix parfait pour ceux qui cherchent à se recentrer, se nourrir d'idées et se ressourcer dans l'univers de la créativité.



Magazine&Fils. est une agence de publicitaires, indépendante depuis 1982. Tout se passe à Lyon, au bord du Rhône, à deux pas de l'Hôtel de Ville.

C'est là qu'on imagine des campagnes, des identités, des plateformes de marque pour nos clients, qui viennent nous voir quand ils veulent un vrai concept, solide et différenciant. Bref, on fait de la pub.

Vous les avez manquées ?

Retrouvez nos éditions précédentes de Cocotte.

- ▲ **Cocotte N°01**
- ▲ **Cocotte N°02**
- ▲ **Cocotte N°03**

SOURCES ET RÉFÉRENCES

Courrier international
Planète Grandes Écoles
Cairn.INFO
La Presse
Psychologue
Sud Ouest
Carburant
Insee
Pexels

L'ADN
Usbek & Rica
Radio France
Franceinfo
Wired
Euronews
The Guardian
Dunod
Stewdy

MAGAZINE&FILS.

14 quai André Lassagne – 69001 – Lyon
04 78 28 84 84
Pour nous contacter : 1982@magazineetfils.fr
Directeur de la rédaction : Thomas Guedj
Rédactrice : Faustine Meyrignac
Maquette & mise en page : Léa Levi
Responsable de production : Eve Huard

