



## « J'ACHETE ? » - PRESENTATION

### - Présentation du thème

L'un des moteurs de l'économie contemporaine est la consommation, alimentée en permanence par la publicité.

Cette consommation massive a des effets redoutables sur la planète puisqu'elle conduit à la surexploitation des ressources, à un gaspillage révoltant, et génère une quantité impressionnante de déchets polluants qui s'accumulent jusque dans les océans.

Elle a aussi un effet dévastateur sur les êtres humains, d'une part en produisant des inégalités entre ceux qui « peuvent » consommer et ceux pour qui ce n'est pas possible, d'autre part en entretenant des logiques d'exploitation des personnes. Vendre en Europe un t-shirt fabriqué en Asie au prix de 3 euros (matière première, confection, transport et distribution compris) suppose nécessairement des laissés pour compte qui ne sont pas rémunérés de façon juste pour leur travail, ni protégés socialement. Et ceci est valable même lorsque le prix de vente est supérieur, la marge parfois considérable revenant au propriétaire de la marque qui s'assure pour cela d'un très faible coût de production, aux détriments des plus pauvres.

Pour contrer les conséquences délétères de cette culture de l'accumulation de biens matériels, d'objets, le pape François propose de redécouvrir une culture de « l'être », et une croissance par la sobriété : « *Moins, c'est plus !* » (LS § 222).

### - Dynamique globale

Le mini-récit de l'étape 1 (page 46 du manuel) invite à prendre une distance critique avec le flot permanent d'invitations à consommer.

Si les adolescents savent bien au fond, que « être », ce n'est pas « avoir » toujours plus de choses, les phénomènes de mode ne sont pas sans impact sur leurs comportements. Il y a « le groupe de ceux qui ont le dernier smartphone », et les autres. Il y a le « groupe de ceux qui ont un voire plusieurs vêtements de telle marque », et les autres. Et ce, parfois, malgré le faible revenu des parents. Sans compter les sites de vente en ligne qui proposent habillement, chaussures et accessoires à des prix tellement réduits que résister à la tentation devient parfois héroïque.

L'appartenance à un groupe ou l'identification à des pairs par des signes extérieurs est de longue date l'une des composantes de la recherche de sa propre identité à l'âge de l'adolescence.

Mais les jeunes vivent aussi de bien d'autres choses, cette fois non-monétisables et plus durables puisqu'elles ne passent pas de mode ni ne sont remplacées par de nouveaux modèles : *l'amitié, la famille, la solidarité, la générosité, le talent...*

Loin de tout discours moralisateur, ce mini-récit veut contribuer à permettre aux jeunes d'identifier ce qui compte vraiment pour eux, et à les interroger sur les différents moyens de l'obtenir ou de l'amplifier. Est-ce vraiment ou uniquement par l'acquisition des derniers objets ou vêtements à la mode ? Quelles sont les autres voies possibles ?

L'infographie offre un focus sur le poids de nos objets et prolonge la réflexion sur la consommation, avant de proposer un pas de plus avec l'invitation du pape François à la sobriété.

L'initiative de l'étape 3 met en exergue une action de lycéens pour réduire les déchets et favoriser le réemploi des objets ou vêtements.