



ALBUM THÉMATIQUE

CONSOMMATION RESPONSABLE

Crédits et remerciements

Table des matières

- 3** Apprendre à mieux consommer
- 4-5** Jeu-questionnaire sur tes pratiques de consommation
- 6-7** Ce qui te pousse à consommer
- 8-9** Est-ce que j'en ai vraiment besoin?
- 10-11** Comprends-tu ce que tu achètes?
- 12-13** La face cachée des produits
- 14-15** Le cas des produits électroniques
- 16-17** Le cycle de vie des objets
- 18-19** Et si on faisait mieux?
- 20-21** À toi de jouer!
- 22** Conclusion
- 23** Glossaire

L'album thématique « **Comprendre pour agir : la consommation responsable** » a été produit en 2014 par le Réseau In-Terre-Actif du Comité de Solidarité/Trois-Rivières.

Le **Réseau In-Terre-Actif** est un outil d'éducation et de sensibilisation jeunesse à la solidarité et à la citoyenneté. Il vise à susciter l'engagement des jeunes du primaire et du secondaire, ainsi que du grand public, sur divers enjeux sociaux, environnementaux et internationaux. www.in-terre-actif.com

Coordonnateur du projet : Richard Grenier
Élaboration du contenu : Sarah Bourdages, Richard Grenier, Anick Michaud et Samie St-Arnault
Illustrations : Jacques Goldstyn (Boris)
Conception graphique et infographie : Martin Rinfret
Correction des textes : Denis Hébert

Pour consulter les documents de référence et trouver les réponses aux jeux proposés dans l'album, visitez le site web du Réseau In-Terre-Actif à l'adresse suivante : www.in-terre-actif.com/conso



Cet album est imprimé sur du papier recyclé à 100 % et du carton recyclé à 30 %.

Personnalise ton album

Nom et prénom :

Niveau scolaire :

Passe-temps préféré :

La chose la plus importante que tu possèdes :

Ce que tu aimerais le plus recevoir en cadeau :

Si tu devais apporter un seul objet sur une île déserte, lequel choisirais-tu et pourquoi?

Mot du caricaturiste Boris



On n'a pas eu à me convaincre longtemps pour me vendre ce projet. Aussitôt, j'ai dit : "J'achète!"

Nous vivons dans un monde de consommation et de surconsommation. Les marchands utilisent toutes sortes de ruses pour attirer leurs proies : modes, tendances, bourrage de crâne, battage publicitaire. Il faut s'indigner et réagir face à cette épidémie planétaire! Heureusement, une des armes les plus sympathiques reste quand même la caricature. Il faut bien en rire!

Jacques Goldstyn alias Boris

Jeu-questionnaire sur tes pratiques de consommation

Avant de te familiariser avec le contenu de l'album, prends quelques minutes, seul ou avec ta famille, pour répondre à ces quelques questions qui te permettront de déterminer quel est ton profil de consommateur! Pour faire l'analyse de ton pointage, visite le site www.in-terre-actif.com/conso

Question 1

Quel type de piles utilises-tu principalement à la maison?



- a) Piles jetables
- b) Piles rechargeables

Question 2

Tu transportes généralement tes achats dans :



- a) Des sacs de plastique jetables
- b) Des sacs de plastique biodégradables
- c) Des sacs en tissu ou en plastique réutilisables
- d) Des boîtes de carton

Question 3

Tu consommes de la viande rouge :



- a) Presque à tous les repas
- b) Une fois par jour
- c) Moins de 5 fois par semaine
- d) Jamais

Question 4

Ta famille et toi achetez des produits équitables (chocolat, thé, sucre, café, bananes, autres) :

- a) Toujours
- b) Souvent
- c) De temps en temps
- d) Jamais
- e) Je ne connais pas les produits équitables.



Question 5

Tu bois de l'eau embouteillée :

- a) Toujours
- b) Souvent
- c) Rarement
- d) Jamais



Question 6

Il t'arrive de jeter de la nourriture (produits périmés, restes de table, etc.) :



- a) Jamais
- b) Rarement
- c) Une fois par semaine
- d) Plusieurs fois par semaine

Question 7

À la maison, ta famille et toi utilisez des produits d'entretien :

- a) Biodégradables
- b) Que nous faisons nous-mêmes
- c) Portant des mentions telles que « poison », « corrosif » et « irritant »





Question 8

Lorsque tu reçois de l'argent de poche ou une somme d'argent en cadeau, que fais-tu?

- a) Je dépense tout l'argent en quelques jours à peine.
- b) J'en conserve une partie pour mes dépenses personnelles et j'économise le reste.
- c) Je dépose le tout dans mon compte de banque pour des projets ou des achats futurs.



Question 9

Comment imagines-tu ton anniversaire idéal?

- a) Je préfère passer de bons moments plutôt que de recevoir des cadeaux.
- b) Je me vois recevoir le plus de cadeaux possible!
- c) Je me vois recevoir des cadeaux préparés à la main par les gens que j'aime.



Question 10

Lorsque tu consultes l'étiquette d'un produit que tu veux te procurer, quelle information influence le plus souvent ton choix?

- a) La provenance
- b) Le prix
- c) Les matériaux/aliments qui le composent
- d) Le nom de l'entreprise qui l'a fabriqué
- e) Je ne consulte jamais les étiquettes des produits.

Question 11

Serais-tu prêt à payer plus cher pour un produit si tu avais la garantie qu'il a été fabriqué sans exploiter les travailleurs?

- a) Oui
- b) Non
- c) Je ne sais pas.



Question 12

Lorsque tu souhaites te débarrasser d'un objet que tu n'utilises plus (bicyclette, vêtement, jouet, meuble, etc.) que fais-tu?

- a) Je trouve un point de collecte où le laisser afin qu'il soit recyclé ou réutilisé.
- b) Je le jette à la poubelle.
- c) Je l'offre à quelqu'un dans le besoin.
- d) Je le mets à la rue en espérant qu'une personne le ramasse avant que le camion à ordures ne passe.
- e) J'essaie de le revendre à des gens intéressés.

Question 13

Te sens-tu assez informé sur les impacts liés à tes pratiques de consommation?

- a) Oui
- b) Non
- c) Ça ne m'intéresse pas vraiment.

Ce qui te pousse à consommer

En moyenne, en Amérique du Nord, on estime que chaque individu est exposé à environ 3000 publicités par jour¹, que ce soit à la radio, à la télé, sur Internet, dans les magazines, dans la rue, dans les jeux vidéo et sur les différents produits eux-mêmes. De façon plus ou moins subtile, la publicité commerciale vise principalement à inciter les gens à acheter un produit. Elle tente d'atteindre son objectif sans se soucier de savoir si le client visé a les moyens ou non de s'offrir le produit ou s'il en a vraiment besoin ... **Affirmation étonnante : il se dépenserait plus de 500 milliards de dollars annuellement en publicité, alors que 10 % de cette somme pourrait réduire de moitié la faim dans le monde²!**

Par les offres alléchantes qu'elles proposent, les publicités créent de nouveaux besoins. Elles visent à ce que le consommateur ait l'impression de passer à côté d'une opportunité incroyable s'il ne se procure pas le produit annoncé. Pour cela, différentes stratégies publicitaires peuvent être utilisées, par exemple :

- **Exagérer les bienfaits du produit**
« Faites disparaître ce bouton en 1 heure! »;
- **Inventer des témoignages de satisfaction**
« Cette brosse à dents a transformé ma vie! »;
- **Retoucher l'apparence d'un produit ou d'une personne par ordinateur.**

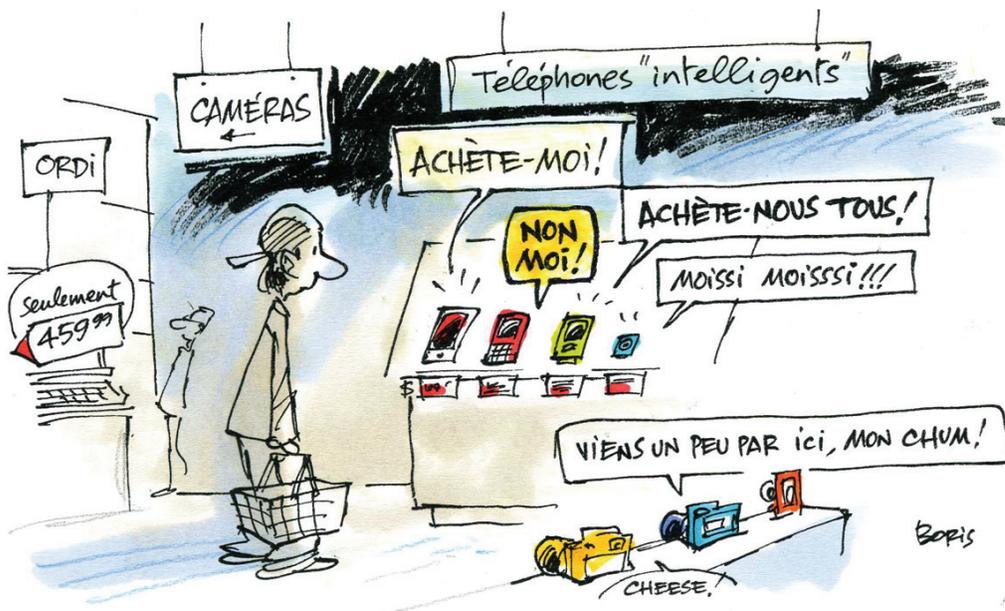
Publicité : l'envers de la médaille

Les publicités visent non seulement à vendre des produits et des services, mais également à faire adopter un style de vie, une manière de penser et de se comporter en société. Elles tentent de transmettre des valeurs qui poussent à consommer toujours plus : l'importance de la mode et du paraître, la valorisation de la jeunesse et de la beauté physique, la **culture de la facilité**, l'attrait de la nouveauté technologique.

Plusieurs publicités offrent des solutions toutes simples aux problèmes du quotidien. Que ce soit pour développer des amitiés, obtenir un emploi, effectuer une tâche ménagère, séduire ou devenir populaire... il suffit de se procurer les bons produits et services! Chacun d'entre nous, à différents niveaux, est affecté par ce type de messages. Malheureusement, des gens en viennent à croire que leur personnalité et leurs qualités intérieures ne sont pas suffisantes pour relever un défi, être heureux ou avoir du succès. En ce sens, la publicité nuit parfois à une saine estime de soi.

Les enfants : une clientèle à séduire

Savais-tu qu'au Québec, la loi interdit de produire de la publicité commerciale qui s'adresse directement aux enfants de moins de 13 ans³? Malgré tout, les enfants et les adolescents sont exposés à bon nombre de publicités qui les concernent de près ou de loin, que l'on parle de jouets, de produits électroniques, de nourriture ou de vêtements. Les publicitaires ont un intérêt particulier pour les enfants parce qu'ils voient en eux des clients à long terme... et aussi parce qu'ils constituent un pont direct vers le portefeuille de leurs parents!



Jeu

Qu'est-ce qui cloche dans les publicités?

Note tes observations en remplissant le tableau qui suit :

	Quel est le produit annoncé?	Que voit-on dans la publicité?	Quelles valeurs et quel message sont transmis par cette publicité?	Quelle est la clientèle visée ?	Commentaires / Réflexion
#1					
#2					
Une pub de ton choix					



Trucs du consommateur responsable

Tu peux échapper à une partie de la publicité télévisuelle en baissant le volume du téléviseur ou, tout simplement, en te levant pour aller faire autre chose. Apprends à réduire le temps que tu passes devant un écran. Enfin, reste critique par rapport aux messages véhiculés par la publicité.

Est-ce que j'en ai vraiment besoin?

Besoin ou désir?

Les besoins sont définis comme des choses considérées nécessaires à l'existence¹.

Ils sont de plusieurs ordres :

- **Besoins physiologiques :** manger, boire, dormir;
- **Besoins affectifs :** attention, câlins, tendresse;
- **Besoins relationnels :** communiquer, être entendu, être reconnu, être valorisé.

Certains besoins fondamentaux sont reconnus en tant que « droits humains ». Ceux-ci correspondent à des besoins que tous les humains doivent combler, indépendamment de leur origine, de leur sexe ou de leur religion. Ces droits comprennent notamment le droit à un niveau de vie décent (avoir un toit, des vêtements, de la nourriture...), le droit à des soins médicaux, le droit à l'éducation, le droit à la liberté d'expression et le droit à la justice.

Les désirs correspondent plutôt à des envies, à des souhaits... et non à des besoins réels. Il est normal et sain d'avoir des désirs. Cependant, ceux-ci peuvent disparaître ou se transformer, alors que les besoins demeurent essentiels tout au long de la vie.

La ligne peut parfois être mince entre les besoins et les désirs : c'est là où il y a un risque de passer de la saine consommation à la surconsommation en prenant nos désirs pour des besoins.

La surconsommation comme mode de vie

Dans les **pays occidentaux**, la surconsommation s'est imposée en tant que mode de vie et représente même un idéal de réussite. Plus on possède de choses, plus on est considéré comme un modèle. Qui n'a jamais souhaité posséder le dernier gadget électronique après avoir appris qu'un de ses amis le possédait aussi?



Bien entendu, certains besoins peuvent et doivent être comblés par la consommation. Toutefois, restons vigilants parce que la surconsommation peut nous entraîner dans une spirale où l'on croit avoir besoin de se procurer de nouveaux objets pour être heureux. De plus, la surconsommation est souvent synonyme d'endettement. Savais-tu qu'en 2014, la dette des familles canadiennes se chiffrait à plus de 160 % de leurs revenus²?

Besoins limités, désirs illimités... inégalités en hausse

L'ONU estime que 840 millions de personnes souffrent de malnutrition³ et 2,4 milliards d'humains n'ont pas accès à l'eau potable⁴. Pendant ce temps, certains gaspillent et restent indifférents face à la pollution qu'engendre leur surconsommation. Autrement dit, certains peinent à combler leurs besoins de base tandis que d'autres satisfont leurs désirs les plus fous. Mais si les désirs peuvent être illimités, les ressources qu'offre la planète sont, pour leur part, limitées et il importe de les utiliser intelligemment.

Apprendre à distinguer un besoin d'un désir

Une habileté à développer pour pratiquer une consommation responsable est de distinguer les besoins des désirs. L'idée n'est pas de dire non à tout ce qui n'est pas un besoin, ni de juger qui que ce soit par rapport à ses choix. Il s'agit de se contenter autrement que par la satisfaction immédiate de tous nos désirs. Valorisons ce que nous sommes et ce que nous faisons, et non seulement ce que nous avons.

Trucs du consommateur responsable
 Consulte l'aide-mémoire suivant, produit par l'Office de la protection du consommateur⁵, avant d'effectuer un achat.



Questions à se poser avant de faire un achat

1. Quel(s) besoin(s) est-ce que je veux combler par l'achat de ce produit?
2. Est-ce un besoin essentiel ou non?
3. Est-ce que je vais vraiment utiliser ce produit plus d'une fois?
4. Comment pourrais-je combler mon besoin de façon plus économique et écologique?
5. Est-ce un achat réfléchi ou un achat sur un coup de tête?
6. Si je n'achète pas tout de suite ce produit, quelles seront les conséquences?
7. Comment pourrais-je obtenir le bien autrement qu'en l'achetant neuf (échange avec un ami, achat d'occasion, location, emprunt, etc.)?

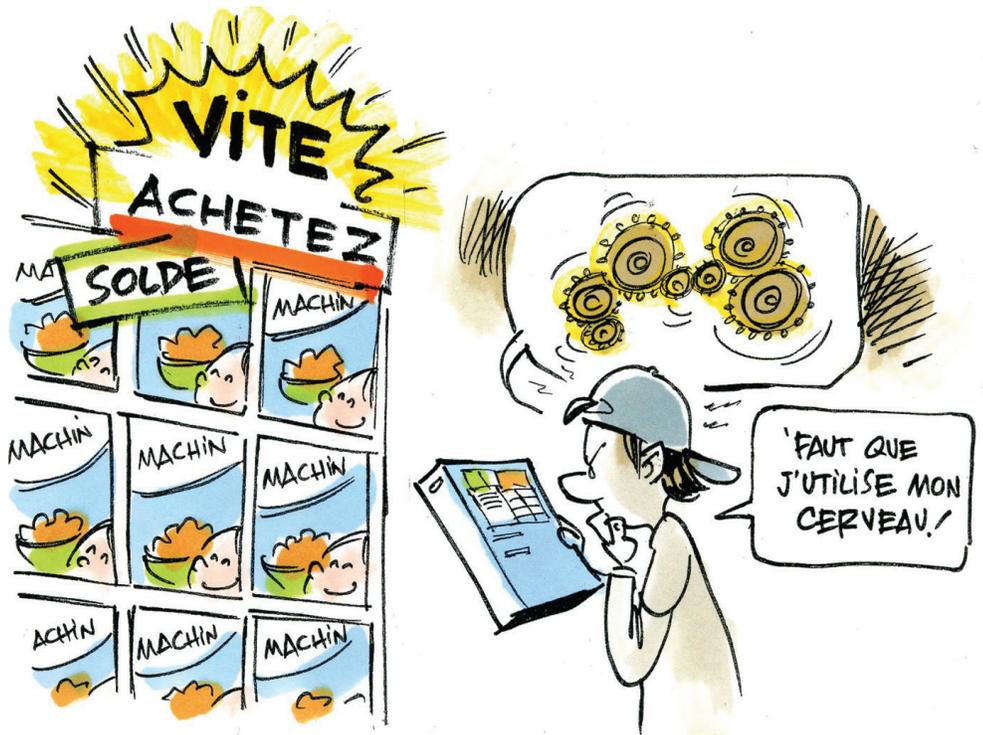
Réponds aux questions suivantes en justifiant tes réponses :

Cible trois choses que tu possèdes et qui sont importantes pour toi. Explique si celles-ci combrent un besoin ou un désir.

As-tu déjà acheté quelque chose d'inutile? Si oui, nomme cet objet et explique les raisons qui t'ont poussé à l'acheter.

Comprends-tu ce que tu achètes?

Pour faire des achats responsables, il est primordial de réfléchir à deux éléments : de quoi ai-je besoin et sur quel(s) critère(s) vais-je me baser pour faire mon choix? On peut bien sûr choisir un produit en fonction de son prix, mais on peut également inclure d'autres éléments importants dans notre décision. On peut tenir compte de sa durabilité, de sa provenance, de ses impacts sur la santé et l'environnement, etc. Pour cela, une juste lecture des étiquettes s'avère incontournable.



Savoir lire les étiquettes

Lorsque c'est possible, il est idéal de consommer des **produits locaux**. L'achat local encourage l'économie et les entreprises de chez nous tout en limitant les émissions de **gaz à effet de serre** générées par le transport des marchandises. De plus, les lois canadiennes garantissent que le produit a été confectionné dans des conditions décentes, ce qui n'est pas toujours le cas lorsque les produits proviennent d'autres pays.

Comprends-tu tous les mots que comprend la **liste d'ingrédients** des aliments que tu consommes? Comment savoir la quantité de produits chimiques que tu absorbes si les mots que tu lis sont incompréhensibles? Tente de privilégier des produits fabriqués à partir d'aliments non transformés que tu connais. Vérifie aussi les matériaux qui composent les objets que tu souhaites acheter : sont-ils durables et résistants ou polluants et de faible qualité?

Quelle **entreprise** a fabriqué ou distribué ce produit? Sais-tu si cette compagnie protège l'environnement, respecte les droits humains et s'engage dans sa communauté? Sais-

tu si cette entreprise a déjà été poursuivie pour avoir fait de la publicité frauduleuse? Fais une recherche sur le web avant de choisir à quelle entreprise tu choisiras d'offrir ton argent.

Le **tableau des valeurs nutritives** offre de précieuses informations au consommateur. Par exemple, un produit indiquant une valeur quotidienne de 19 % pour le sodium (sel) permet de combler 19 % des besoins d'une personne en sodium pour une journée. Mais attention : on donne généralement des renseignements pour une portion du produit, et non pour le produit dans sa totalité! Choisis des aliments dont les valeurs en glucides (sucres), en lipides (gras) et en sodium sont faibles. Ils constituent des choix plus santé!

Sachant que 600 000 tonnes d'**emballages** se retrouvent dans les poubelles du Québec chaque année, dont seulement la moitié sont recyclées¹, fais des choix plus écologiques! Achète des produits moins emballés, en vrac ou en grand format pour limiter les quantités d'emballages que tu consommes.

Connaître les certifications et reconnaître les logos

La certification est le processus par lequel un produit est évalué pour vérifier s'il satisfait à certaines exigences particulières. Par exemple : lorsqu'un produit obtient la certification « biologique », c'est parce qu'une analyse rigoureuse a assuré qu'aucun additif ou procédé chimique n'a été utilisé lors de sa conception. Les produits certifiés arborent un logo : si le logo n'est pas présent, le consommateur n'a pas la garantie que le produit est réellement certifié. Il est donc important de connaître les certifications qui existent et de reconnaître leurs logos respectifs.

Trucs du consommateur responsable

Prends l'habitude de lire les étiquettes avant d'acheter. Fais des recherches sur les produits qui t'intéressent et achète de façon plus responsable en te basant sur la règle des 3NJ : Nu (moins emballé) – Non-loin (produit local) – Naturel – Juste (respectueux des travailleurs).

CÔTE DORÉE - PISTACHE NOIR

Valeur	Par portion (% valeur quotidienne)	
Nutritive		
Par portion de 25 g (1 carré)		
137 cal.		
	Gras	8,7 g 12 %
	Gras saturés	4,8 g 24 %
	Glucides	12 g 5 %
	Sucre	11 g 12 %
	Fibres	0 %
	Protéines	1,6 g 3 %
	Sel	0,08 g 1 %

Ingédients : Sucre, pâte de cacao**, éclats de pistaches caramélisés 15 % (pistaches 54 %, sucre), beurre de cacao**, cacao en poudre, émulsifiant, (lécythine de soya), arômes, poudre de lait entier. Cacao : 54 % minimum.
 ** Minimum 30 % du cacao certifié équitable. À conserver au sec et à l'abri de la chaleur.

Manufacturé par : Mondalez International
 Mondalez France SAS, BP 100 - 90146 CLAMART CEDEX
 Fabriqué en Belgique

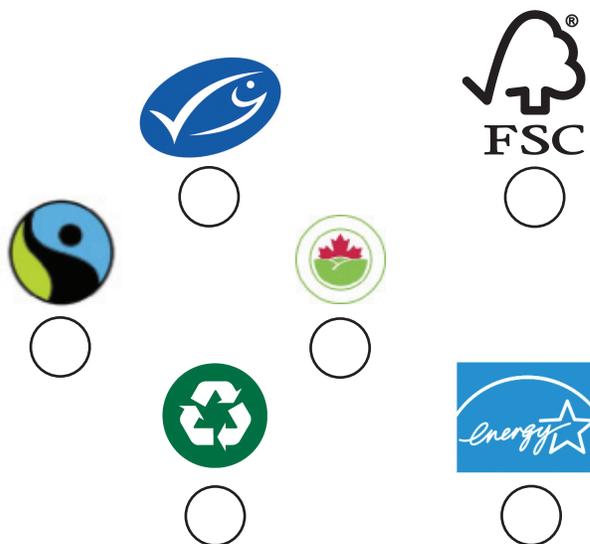
Commentaires/Suggestions?
 1-800-354-1234
 info@cotedoree.com

Côte dorée 



Saurais-tu associer ces logos avec leur signification?

1. Produit certifié **équitable**
2. Produit certifié recyclable
3. Produit garantissant une **gestion durable** des forêts
4. Produit canadien certifié biologique
5. Produit garantissant une pêche durable
6. Produit certifié **écoénergétique**



La face cachée des

Que sont les zones franches et les ateliers de misère ?

Une zone franche est une portion du territoire d'un pays où vient s'installer une **entreprise multinationale** et où celle-ci bénéficie d'avantages spéciaux de la part du gouvernement. Dans les zones franches sont installées des usines – appelées ateliers de misère, **maquiladoras** ou **sweatshops** – où la main-d'œuvre est recrutée à bas prix et où les droits des travailleurs ne sont pratiquement pas reconnus. En d'autres termes : les entreprises y jouissent d'une liberté presque absolue et n'ont pas à respecter toutes les lois du pays. Ces usines constituent l'envers de la médaille de la société de surconsommation dans laquelle nous vivons.

Relations patrons/employés :

Dans les **maquiladoras**, les relations de travail entre les patrons et les employés sont souvent peu harmonieuses. Les contremaîtres mettent beaucoup de pression sur les employés, qui doivent être productifs au risque de perdre leur emploi. La violence et le harcèlement psychologique et sexuel¹ sont fréquents, surtout chez les femmes. Ils peuvent même donner lieu à des attaques, des agressions sexuelles ou des meurtres².



Santé et sécurité :

Les usines peinent souvent à satisfaire aux exigences en matière de santé et sécurité. Cela se manifeste notamment par une mauvaise qualité de l'air qui peut provoquer des maladies respiratoires, des aires de travail non **ergonomiques** qui causent des douleurs physiques, des manipulations de produits chimiques ou toxiques qui créent de graves problèmes de santé aux travailleurs, etc. Ces difficultés forcent parfois les employés à abandonner leur travail, ainsi que le maigre salaire leur permettant de prendre soin de leur famille.

Heures de travail, pauses et congés :

Dans les ateliers de misère, il n'est pas rare que les quarts de travail durent de 12 à 15 heures, six jours par semaine³. Les pauses sont difficilement tolérées – même pour aller à la toilette⁴ – et les congés sont rares, quand ils ne sont pas carrément interdits. Les portes sont régulièrement verrouillées⁵ ou surveillées par des gardiens, pour empêcher les travailleurs de sortir de l'usine. Lorsqu'un incident se produit, comme un incendie, les conséquences sont désastreuses pour les employés qui sont prisonniers à l'intérieur...

Trucs du consommateur responsable

Fais une recherche sur l'entreprise dont tu souhaites acheter un produit afin de t'informer sur ses pratiques environnementales et le respect des droits de ses travailleurs. Si possible, participe à des campagnes qui exigent des multinationales de garantir de meilleures conditions de travail et le droit de **se syndiquer** à leurs employés.

produits

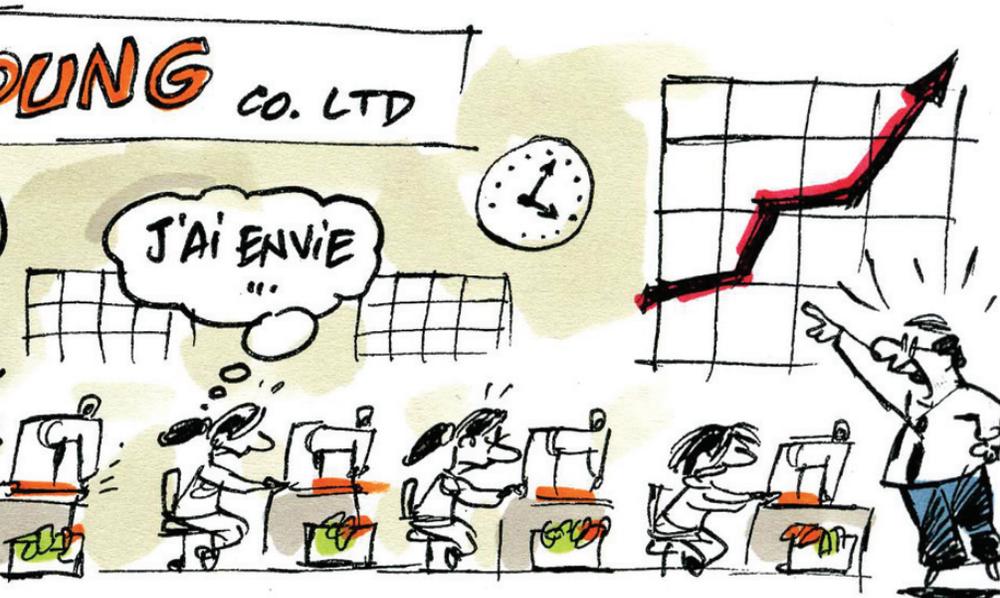
Salaire :

Dans les **pays en développement** où sont installées les zones franches, le taux de chômage est généralement très élevé. On peut donc penser que malgré les conditions de travail difficiles, les employés des ateliers de misère sont chanceux puisqu'ils ont un emploi... Malheureusement le salaire minimum dans une **maquiladora** est souvent inférieur au salaire minimum dans le reste du pays⁶. De plus, beaucoup d'heures supplémentaires sont effectuées sans être payées et les salaires des femmes (qui constituent la majorité des employés⁷) et des enfants sont moins élevés que celui des hommes⁸ pour un même travail.



Travail des enfants :

Selon l'UNICEF, 158 millions d'enfants de 5 à 14 ans, c'est-à-dire un enfant sur six dans le monde, doit travailler pour subvenir à ses besoins et à ceux de sa famille⁹. Parmi ceux-ci, plusieurs travaillent dans des ateliers de misère. Ils le font souvent au détriment de leurs études. Sans éducation, peu arriveront à dénicher un emploi avec des conditions plus décentes. Ces enfants n'ont pas l'opportunité de se développer et de s'épanouir comme les autres, en s'amusant et en apprenant.



Fais le calcul :

Si tu étais à l'emploi d'une maquiladora au Guatemala, aurais-tu assez d'argent pour subvenir aux besoins de deux adultes et deux enfants?

Salaire pour une personne : 51,75 Quetzales*/jour

Coût du panier moyen permettant de couvrir les besoins de base** : 3600 Quetzales/mois¹⁰

* Le Quetzal est la monnaie officielle du Guatemala.

** Ces besoins comprennent la nourriture de base, quelques effets pour l'hygiène personnelle (savon, shampoing, pâte à dent), le logement, quelques vêtements, le transport au travail et à l'école. Les autres dépenses (matériel scolaire, médicaments, télécommunications, etc.) sont à part de ce panier.



Téléphones intelligents, tablettes électroniques, ordinateurs portables, lecteurs MP3... les produits électroniques font désormais partie intégrante du quotidien de la plupart des individus. L'utilisation de ces appareils augmente à un rythme effréné, au fur et à mesure que de nouveaux modèles font leur arrivée sur le marché. **Mais qu'advient-il de ces produits qui s'accumulent dans nos maisons lorsque nous décidons de nous procurer des modèles plus récents?** Ils prennent trop souvent la route du dépotoir. Environ 140 000 tonnes (l'équivalent du poids de 25 000 éléphants!) de produits électroniques finissent dans les sites d'enfouissement canadiens chaque année¹.



Le cas des produits électroniques

Les déchets électroniques et l'environnement

Les 50 millions de tonnes de produits électroniques qui apparaissent chaque année sur la planète, et qui se transforment par la suite en déchets², ne sont pas sans conséquence pour l'environnement. Ces appareils ont une empreinte écologique très élevée à cause des matériaux qui les composent et de l'énergie qu'ils nécessitent au fil de leur cycle de vie³. De plus, même si 80 % des pièces informatiques et électroniques sont recyclables, à peine 6 % sont effectivement recyclées au Québec⁴ : le reste aboutit dans les sites d'enfouissement. Les composants qui s'y retrouvent (métaux lourds et autres substances dangereuses) s'infiltrent ensuite dans le sol, polluent les eaux souterraines ou sont rejetés dans l'air⁵. Cela engendre une pollution néfaste pour les humains, la faune et la flore.

Une problématique qui voyage d'un continent à l'autre

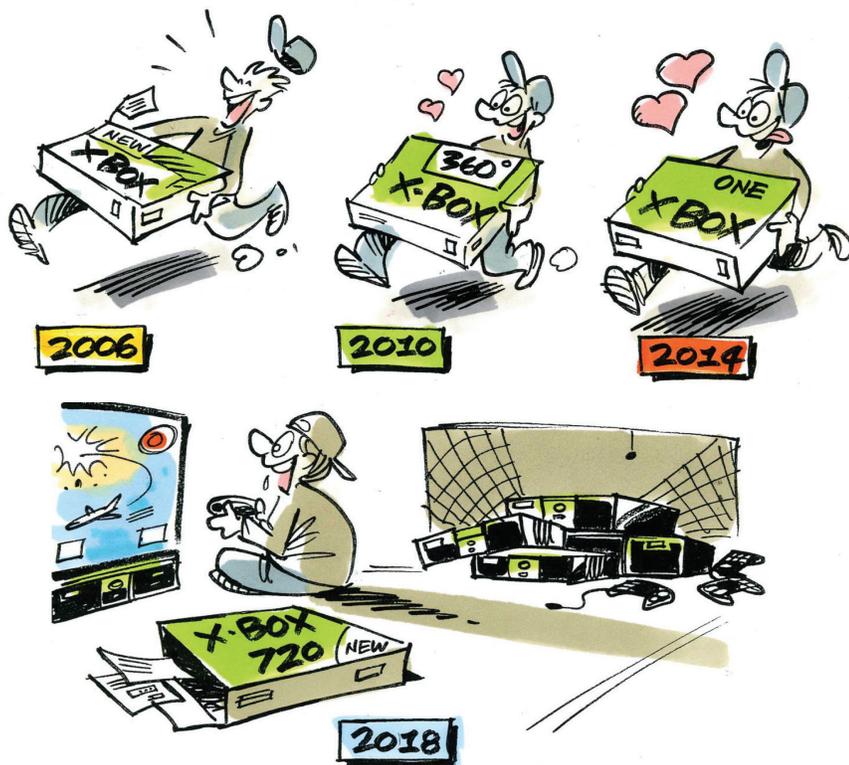
Une vaste proportion des déchets électroniques de l'Europe et de l'Amérique du Nord est acheminée dans les dépotoirs d'Asie et d'Afrique. Des entreprises installées au Sud récupèrent les appareils électroniques usagés pour en extraire les métaux et autres composants précieux qu'ils contiennent et les recycler⁶. Une fois les matériaux extraits, ces compagnies restent aux prises avec une quantité énorme de déchets polluants⁷. Cette situation persiste et tend à augmenter avec les années, malgré le fait qu'un **traité international** (la Convention de Bâle) interdise l'exportation de produits toxiques, dont font partie les déchets électroniques.



Des appareils exceptionnels? Oui, mais...

À l'ère où nous vivons, les appareils électroniques peuvent constituer des outils fabuleux pour se simplifier la vie. Il faut cependant savoir que leur surutilisation peut engendrer des effets insoupçonnés. Par exemple : des études ont révélé qu'au Canada, les gens passent en moyenne 2,5 heures par jour devant un écran d'ordinateur ou d'appareil mobile⁸. On remarque également que les jeunes passent moins de temps en nature. Le taux d'obésité a triplé au Canada entre 1985 et 2011⁹, tandis que la bonne forme physique est en déclin¹⁰. De plus, les centaines d'amis retrouvés en un clic sur les médias sociaux ne remplacent en rien la présence physique réconfortante de gens qui nous aiment... La preuve que les appareils électroniques n'offrent pas de solution à tout!

Trucs du consommateur responsable



Résiste à la tentation de remplacer tes vieux appareils électroniques aussitôt qu'un nouveau modèle fait son apparition. Si tu décides de te débarrasser de tes vieux appareils, fais-le dans un des points de collecte reconnu afin que ceux-ci soient recyclés.

Jeu

Fais le décompte du nombre d'objets électroniques que ta famille possède... et tires-en tes propres conclusions sur la place que ces produits occupent dans ton quotidien!

	Nombre possédé	Date d'achat	Date de remplacement prévue	Nombre d'utilisations par jour	Commentaires
Téléphone (cellulaire/intelligent/fixe)					
Télévision					
Ordinateur (portable ou fixe)					
Tablette électronique					
Console de jeux vidéo					
Lecteur MP3					
Autre(s) :					

La naissance, la croissance, la vieillesse et la fin de la vie sont les étapes du cycle de vie de tous les êtres vivants. Savais-tu que les objets ont eux aussi un cycle de vie?

Le cycle

Extraction de la matière première

Pour fabriquer un objet, il faut aller chercher la ressource naturelle à partir de laquelle l'objet sera confectionné. Que l'on parle de bois, de coton, de céréales ou de **minerai**, toutes les matières premières proviennent de la nature. Malheureusement, cette étape du cycle de vie d'un produit se révèle souvent nuisible pour l'environnement : coupe abusive d'arbres, utilisation de produits chimiques, **exploitation minière** polluante, etc.



Gestion des déchets

Partout sur la planète, des déchets s'empilent dans des dépotoirs. Ils y dégagent des gaz polluants et contaminent les sols et les cours d'eau. Des îles flottantes de déchets se sont même formées dans certains océans. La gestion des déchets est toutefois l'étape où le consommateur peut décider d'agir pour éviter que le produit termine sa vie dans la poubelle.



Truc du consommateur responsable Connais-tu les 3RV?

Réduction à la source

Puisque le meilleur déchet est celui que l'on ne produit pas... pourquoi ne pas réduire la quantité de produits que l'on achète? C'est le principe de la réduction à la source. En se demandant « Est-ce que j'en ai vraiment besoin? », on fait des choix plus responsables pour la planète, on économise et on évite de s'encombrer d'objets inutiles!

Réutilisation

Cette alternative est souvent la plus négligée parmi les 3RV, bien qu'elle soit simple à mettre en pratique. Elle consiste à prolonger la vie utile d'un objet en en faisant profiter quelqu'un d'autre ou en lui donnant une nouvelle utilité.

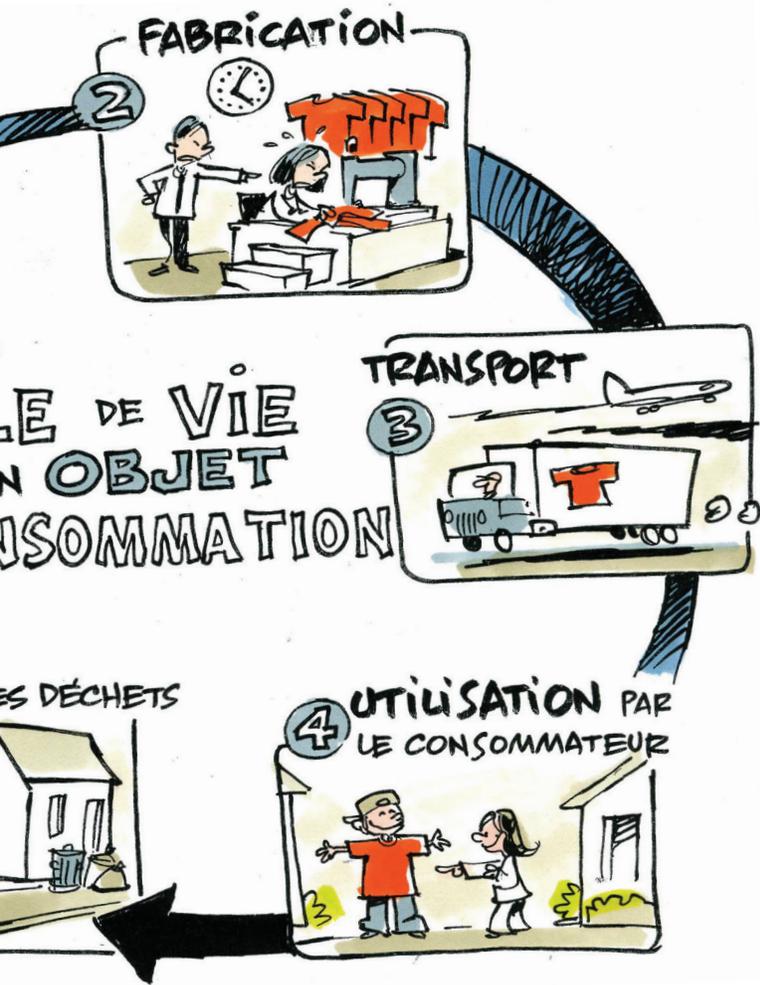
Recyclage/Récupération

Le recyclage consiste à récupérer les matières premières qui composent certains objets afin de les transformer et de les réintégrer dans la fabrication de nouveaux produits. Il a permis de diminuer de moitié la quantité de déchets jetés dans les poubelles du Québec¹. Le recyclage constitue cependant une option moins écologique que la réduction et la réutilisation, ces deux dernières nécessitant moins d'énergie et de transport.

Valorisation

La valorisation consiste à « mettre en valeur » des matières résiduelles par d'autres moyens que la réutilisation ou le recyclage. Le compostage en est le meilleur exemple. Par un processus naturel, il transforme les matières organiques (feuilles d'arbres, fruits et légumes, restes de table, etc.) en engrais naturel.

de vie des objets



Fabrication de l'objet

2

Avant que le coton ne devienne un chandail ou que le bois de l'arbre ne prenne la forme d'une chaise, des modifications de la ressource naturelle sont nécessaires. Après avoir été expédiée dans une usine, celle-ci doit être transformée par une série de procédés mécaniques et/ou chimiques qui la rendront apte à devenir un objet de consommation. Ces étapes ont un impact considérable sur l'environnement, notamment à cause de l'énergie qui est nécessaire pour *manufacturer* un produit.

Transport et distribution du produit

3

Les frontières n'existent pas lorsqu'on parle de consommation. Après avoir été récolté au Pakistan, le coton peut, par exemple, être expédié au Mexique pour être transformé en un chandail qui sera vendu au Québec! Il est connu que les moyens de transport utilisés pour déplacer les marchandises émettent des gaz à effet de serre contribuant au réchauffement planétaire. Il y a là de quoi réfléchir en constatant que la majorité des produits que nous achetons viennent de l'extérieur du Canada...

Jeu

Examine les poubelles de ta maison et détermine ce qui aurait pu :

Éviter d'être mis

aux ordures

Être réutilisé

Être recyclé

Être valorisé (composté)

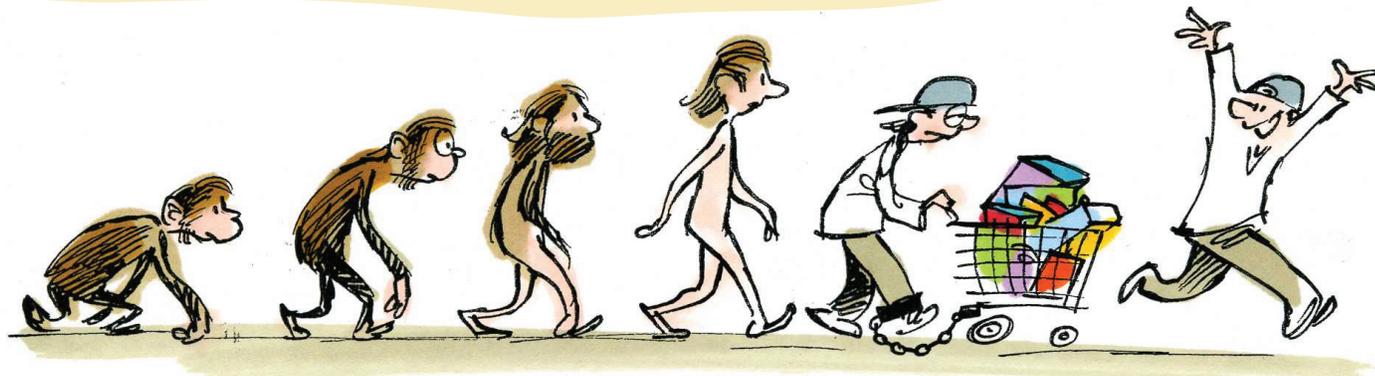
Nomme au moins deux éléments pour chaque catégorie.

Achat et utilisation par le consommateur

4

Au moment de l'achat et de l'utilisation d'un produit, le consommateur a deux pouvoirs entre les mains. Premièrement : le pouvoir d'achat, c'est-à-dire celui d'acheter seulement s'il en a besoin et de choisir un produit qui respecte l'environnement et les droits des travailleurs. Deuxièmement : le pouvoir d'utilisation, c'est-à-dire celui d'entretenir, réparer et protéger le produit afin de prolonger sa durée de vie.

Consommer de façon plus responsable dans une société où la surconsommation est le modèle à suivre... est-ce possible? Bien sûr! Tout dépend de la détermination de chacun à faire des efforts, à se motiver et à faire sa part! Autour du monde, des citoyens, des entreprises, des organismes et des gouvernements se sont déjà mis en action... inspire-toi d'eux pour agir et transformer ton milieu!



Et si on faisait mieux?

Déchets

En Autriche, pays européen comptant un peu plus de 8 millions d'habitants, on a fait du compostage une affaire nationale. Depuis 1995, une loi y oblige la population à composter. Près de 20 ans plus tard, ce sont 40 % des déchets du pays qui sont valorisés en étant compostés plutôt que d'aboutir dans les poubelles! L'Autriche est d'ailleurs considérée comme étant la première de classe en matière de compostage en Europe¹. Fait intéressant : savais-tu que le gouvernement du Québec prévoit également rendre le compostage obligatoire pour tous d'ici 2020²?

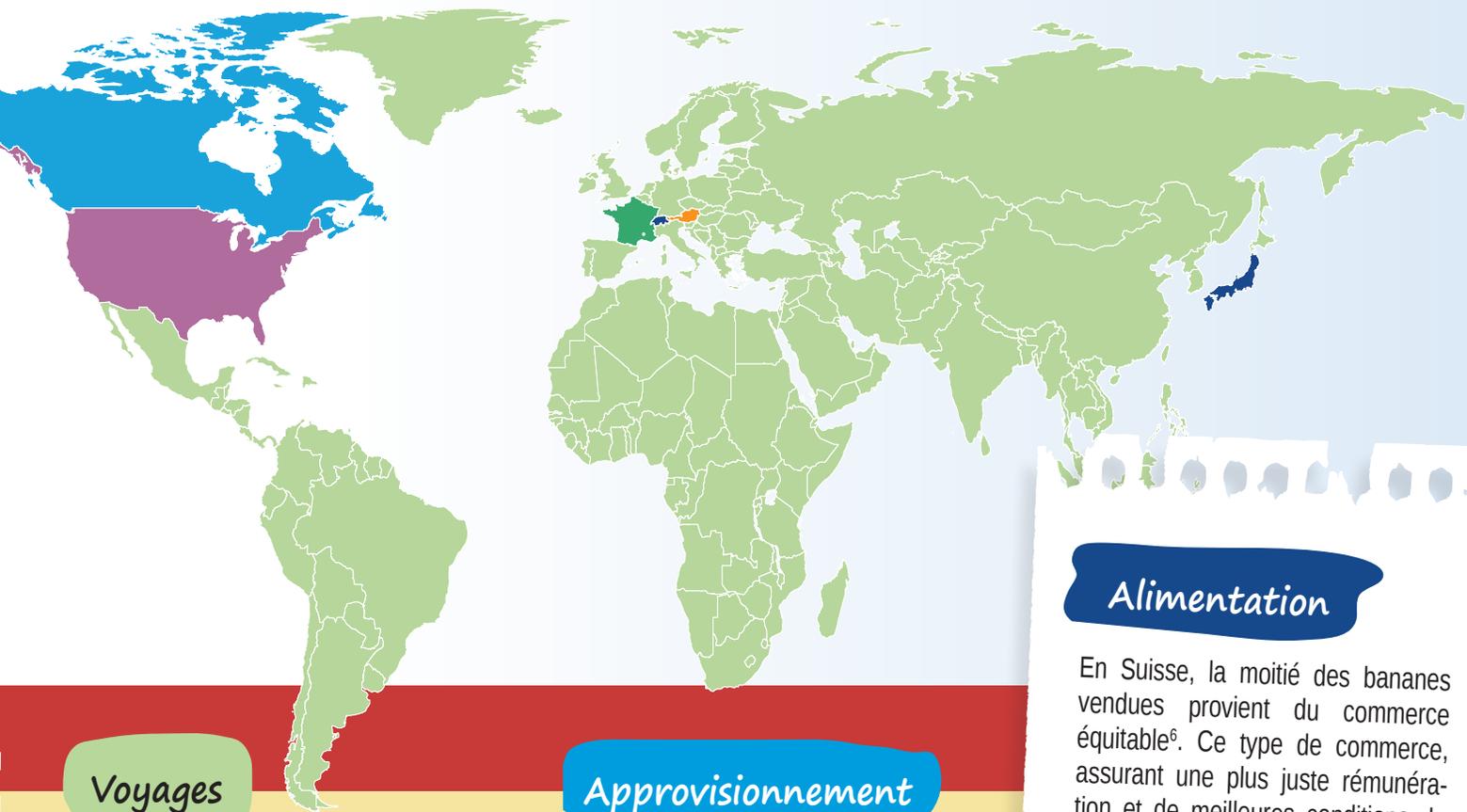
Transport

À Aubagne, ville française de la région de la Provence, on a décidé de rendre l'accès au transport en commun gratuit pour tous en 2008. Loin de causer la dégradation du service, cette mesure a fait bondir l'utilisation de l'autobus dans la ville (une augmentation de 146 % les trois premières années!)³. Cela a également permis de limiter la pollution en diminuant le nombre de véhicules sur les routes, tout en réduisant le stress des chauffeurs d'autobus qui n'ont désormais plus à affronter les clients qui refusent de payer⁴.

Culture

Aux États-Unis, le réseau *Little Free Library* (« Petite bibliothèque gratuite ») fait fureur. Le concept est simple : des gens fondent leur propre petite bibliothèque. Ils l'installent à différents endroits dans leur communauté, devant leur maison ou dans des lieux publics, dans des étagères, des boîtes téléphoniques ou des petites cabanes. Puis, ils invitent les citoyens à y prendre et à y laisser des livres gratuitement. Nul besoin de dépenser pour découvrir – ou faire découvrir – de nouvelles œuvres littéraires⁵!





Voyages

Partout sur la planète, des hôtels deviennent plus écoresponsables. Ces établissements se démarquent, entre autres, par leurs pratiques durables et écologiques, ainsi que par leur apport à la communauté où ils sont installés. Des exemples : la redistribution des surplus de nourriture, la consommation responsable d'eau et d'énergie, l'utilisation de produits biodégradables, l'engagement des employés dans des organisations communautaires, etc. De nombreuses certifications d'écoresponsabilité peuvent être obtenues par les hôtels mais aussi par les plages du monde.

Approvisionnement

Les entreprises, les écoles et les villes québécoises – ainsi que toutes les organisations qui souhaitent se joindre au mouvement! – peuvent adopter des politiques d'approvisionnement responsable. Ce faisant, elles s'engagent à acheter des produits qui respectent l'environnement et les travailleurs. Cela peut prendre la forme d'achat d'aliments équitables (ex. : pour la cafétéria ou les salles d'employés), de vêtements faits au Québec (pour les uniformes ou les habits de travail), etc.

Alimentation

En Suisse, la moitié des bananes vendues provient du commerce équitable⁶. Ce type de commerce, assurant une plus juste rémunération et de meilleures conditions de vie aux producteurs du Sud, prend de plus en plus d'essor sur la planète. Selon la *Plate-forme pour le commerce équitable*, en 2012, plus de 2 millions de producteurs et de travailleurs rassemblés au sein de 1 400 organisations professionnelles (coopératives, associations...) dans 75 pays bénéficiaient du commerce équitable.

Au Japon, conformément au système *Teikei*, qui signifie « le visage du fermier est sur le produit », les consommateurs s'engagent chaque année à acheter la production biologique d'un fermier local. Cette pratique a été reprise au Québec par l'organisme Équiterre avec le concept d'« agriculture soutenue par la communauté » (ASC).

Jeu

Fais une recherche sur une action ou un projet qui rejoint les principes de la consommation responsable, au Québec ou ailleurs. **Fais-en la description** en quelques lignes en expliquant pourquoi ce projet est inspirant.

À toi de jouer!

Teste tes connaissances

Trouve les réponses aux questions dans les pages de l'album.

1- Explique la différence entre un besoin et un désir.

2- Que sont les droits humains?

3- Au sein du cycle de vie d'un objet, plus particulièrement lors de l'étape de l'achat et de la consommation d'un produit, quels sont les pouvoirs du consommateur? Explique en quoi consistent ces pouvoirs.

4- Au Québec, à qui est-il interdit d'adresser des publicités commerciales?

5- Pourquoi les enfants qui doivent travailler plutôt que d'aller à l'école sont-ils souvent entraînés dans le cercle vicieux de la pauvreté?

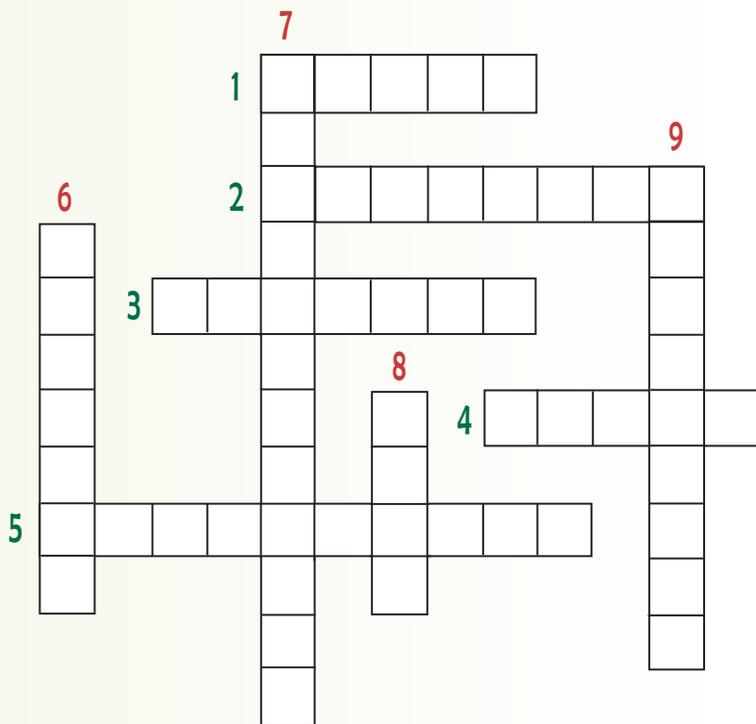
6- Pourquoi est-il idéal de consommer des produits locaux?

7- Quelle proportion des pièces qui composent les appareils électroniques peut-on recycler? Au Québec, quelle proportion de ces pièces est réellement recyclée?



Mots croisés

Devine les mots qui correspondent aux définitions et inscris-les dans la grille.



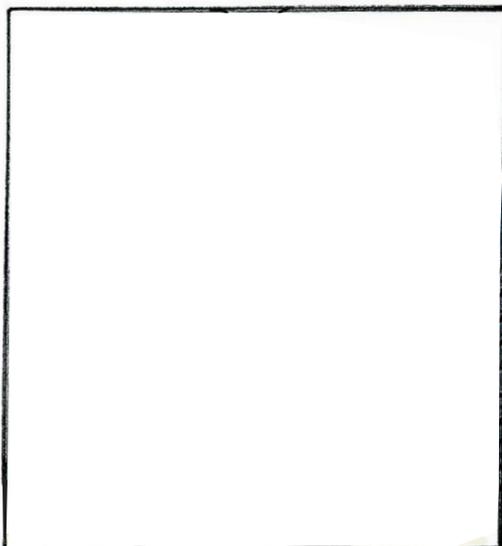
Horizontal :

1. On peut parfois le confondre avec un besoin.
2. Celle des travailleurs est souvent mal protégée dans les ateliers de misère.
3. Endroit où sont parfois exportés les déchets électroniques de l'Europe et de l'Amérique du Nord.
4. Acheter, c'est...
5. Les publicitaires les utilisent pour que les clients aient envie d'acheter leurs produits.

Vertical :

6. On l'obtient grâce à la valorisation des matières organiques.
7. Une des étapes du cycle de vie des produits.
8. Sa présence sur un produit vient confirmer que celui-ci a bel et bien été certifié.
9. Lorsqu'elle est « écologique », elle mesure la pression exercée par l'homme sur son milieu.

Bande dessinée à compléter



Complète la bande dessinée en imaginant les dialogues manquants et en ajoutant des éléments de décor.

Consommer moins, c'est possible... et nécessaire

Comme tu le sais peut-être, si tous les humains consommaient comme nous le faisons en Amérique du Nord, nous aurions besoin de 4,5 planètes pour vivre et combler les besoins de tous¹. Il faut donc apprendre à mieux consommer et, surtout, à moins consommer. Tu verras que ce n'est pas si difficile,

et pourtant tellement plus bénéfique pour toi, pour les autres et pour la Terre. Souviens-toi que le bonheur ne se trouve pas dans la consommation et l'accumulation de biens, il est davantage du côté des relations humaines et des liens que l'on tisse.

Acheter, c'est voter

Encourager une entreprise par le biais de nos achats, c'est comme « voter » pour elle.

Dans une **démocratie représentative** comme la nôtre, les élections servent à choisir les personnes qui nous représenteront au gouvernement. Les électeurs font leur choix en étudiant les propositions des candidats, en apprenant à connaître leurs projets, leurs priorités et leur vision de la société. Ils votent pour la personne ou le parti politique en qui ils ont le plus confiance, celle ou celui qui, selon eux, posera des gestes qui vont dans le sens de leurs propres valeurs personnelles.

La réflexion derrière l'achat d'un produit peut se comparer à celle qui précède le vote électoral et devrait tenir compte de plusieurs questions, dont celles-ci :

- Cette compagnie tente-t-elle, par ses stratégies publicitaires, de me convaincre d'acheter quelque chose dont je n'ai pas besoin?
- Suis-je à l'aise d'encourager cette entreprise en lui offrant mon argent?

Tout comme un parti politique qui cherche à se faire élire, les entreprises souhaitent attirer le plus grand nombre de consommateurs possible. C'est là que nous pouvons tous jouer un rôle déterminant. En consommant de façon plus responsable, nous envoyons des messages clairs aux compagnies. En unissant nos voix et en faisant des efforts pour modifier nos habitudes de consommation, nous avons le pouvoir d'influencer les décideurs et de voir émerger des entreprises plus **socialement responsables**.



Fais ta part en prenant un engagement concret dès maintenant pour devenir un consommateur plus avisé !

Mon engagement :

Nom :

Date :

Lieu :



Glossaire

*** Les définitions proposées sont majoritairement inspirées du site Larousse.fr

Culture de la facilité : Attitude qui consiste à valoriser ce qui nécessite peu ou pas d'effort, ce qui s'obtient et se consomme rapidement, ce qui ne nous demande pas de s'interroger ou de sortir de notre zone de confort.

Démocratie représentative : Forme de la démocratie dans laquelle les citoyens expriment leur volonté par l'intermédiaire de représentants élus à qui ils délèguent leurs pouvoirs.

Écoénergétique : Qui permet de réduire la consommation d'énergie.

Entreprise multinationale : Groupe industriel ayant des activités réparties dans plusieurs pays.

Équitable : Qui agit de façon juste. Se dit du commerce de marchandises achetées directement à des coopératives qui les produisent en utilisant des méthodes respectueuses de l'environnement et des travailleurs.

Ergonomiques : Dont la forme est particulièrement adaptée aux conditions de travail de l'utilisateur.

Exploitation minière : Action d'assurer la production d'un ou plusieurs minerais par le biais d'activités au sein d'une mine souterraine ou à ciel ouvert.

Gaz à effet de serre : Gaz qui absorbent une partie des rayons du soleil et les redistribuent sous forme de radiations dans l'atmosphère. Ils contribuent à élever la température et, par le fait même, permettent la vie sur la Terre.

Gestion durable : Façon de gérer, de diriger, d'organiser une activité afin que celle-ci puisse s'exercer à long terme.

Manufacturer : Transformer industriellement des matières premières en produits finis.

Minerai : Roche présentant une concentration anormalement élevée en minéraux utiles (ex. : cuivre, or, plomb...).

Pays en développement : Expression désignant généralement les pays du Sud, caractérisés par une pauvreté répandue, une répartition de la richesse inégale et des services publics inadéquats.

Pays occidentaux : Expression désignant généralement les pays du Nord, caractérisés par un niveau de vie très élevé, une abondance de produits et de services et une richesse globale importante.

Se syndiquer : Mettre sur pied ou devenir membre d'un syndicat, c'est-à-dire d'un groupement de travailleurs constitué pour la défense d'intérêts professionnels communs.

Sens critique : Faculté d'analyser et de s'interroger sur la valeur ou le bien-fondé de ce qui nous est proposé.

Socialement responsables : Qui ont à cœur de respecter la société et les valeurs humaines, qui visent à faire le bien dans la communauté.

Traité international : Accord écrit conclu entre deux ou plusieurs États et régi par le droit international.



LE RÉSEAU
IN-TERRE
ACTIF
 IN-TERRE-ACTIF.COM

ISSN 1911-0839



J'VEUX SORTIR DE LÀ!!!

IL FAUT ABSOLUMENT QUE JE CONSOMME AUTREMENT...

Réseau In-Terre-Actif

Secteur jeunesse du Comité de Solidarité/Trois-Rivières

942, rue Ste-Geneviève, Trois-Rivières

Québec, Canada G9A 3X6

Téléphone: **819 373-2598** - Télécopieur : **819 373-7892**

Courriel : **rita@in-terre-actif.com**

Site internet : **www.in-terre-actif.com**