

Consommation et choix personnels

Les habitudes de consommation au Canada (de même que les facteurs géographiques et climatiques) font de notre pays l'un des principaux consommateurs d'énergie et producteurs de déchets par habitant au monde. La consommation favorise aussi l'adoption de modes de vie et de produits préjudiciables au développement durable. La culture de la consommation fait en sorte que les jeunes considèrent « l'achat de biens » comme une forme d'activité normale. La création d'une société axée sur l'automobile a contribué aussi à l'apparition des problèmes urbains courants, comme la pollution atmosphérique, l'étalement urbain, la perte importante d'habitats naturels et la rupture entre l'humain et la nature.

Les jeunes sont des cibles de choix pour la réification. Nous baignons dans (...) une culture de consommation inconciliable avec le développement durable. La publicité destinée aux enfants et aux étudiants établit une habitude, ancrée pour la vie, d'achat de produits qui vont à l'encontre des principes écologiques et humanitaires partout dans le monde. Les revues et la publicité qui s'adressent aux jeunes glorifient l'accumulation des biens de consommation, favorisant (...) la surconsommation et la construction d'une société jetable. (Media Collective Ontario)

C'est en grand nombre que les jeunes et les mouvements de jeunesse s'inspirent de leur analyse des questions liées au développement durable pour se mettre en quête de solutions. Beaucoup commencent par modifier leurs choix personnels, notamment en ce qui a trait au travail et au mode de vie. Ils décident par exemple d'utiliser les transports publics ou de marcher au lieu d'acheter une voiture; certains préfèrent encore cuisiner avec des produits locaux frais plutôt que d'employer des aliments transformés provenant de l'extérieur. Ces choix exercent un impact positif sur tous les niveaux du développement durable, si minime soit leur portée.

Pour sensibiliser la population à cette situation, les jeunes et leurs organisations participent en grand nombre à des