



Corrigé Synthèse

Une idée reçue veut que la naissance du consumérisme soit liée à l'apparition de la société de consommation. En fait, le consumérisme remonte plutôt au XVII^{ème} siècle. La Révolution industrielle du XIX^{ème} siècle lui a donné un coup d'accélération mais c'est définitivement à partir des années 60 que le consumérisme est devenu un fait de société. Nous pouvons donc nous interroger sur les fondements de ce phénomène et les raisons, aujourd'hui de plus en plus nombreuses, qui nous poussent à le remettre en question.

Le consumérisme se définit comme un besoin compulsif d'acheter. Le consommateur ne peut s'empêcher d'acquérir des objets toujours plus nouveaux, toujours plus à la mode. Au-delà de l'acte en lui-même, l'achat lui permet d'exprimer sa réussite sociale, de se différencier des classes sociales moins favorisées. C'est une recherche perpétuelle pour être à la pointe. L'objet est réduit à une fonction de gadget dont l'obsolescence est déjà programmée. Comme un drogué, le consommateur veut pouvoir satisfaire ses pulsions tous les jours ce qui a amené un débat sur la nécessité d'ouvrir les centres commerciaux le dimanche.

Il serait faux de croire que toute la société cède à cette folie acheteuse. Des voix s'élèvent pour dénoncer ces attitudes jugées stériles voire dangereuses. Les altermondialistes, les écologistes entre autres insistent sur les effets néfastes sur l'environnement, sur le gaspillage alimentaire galopant. Face à ce constat, des actions sont mises en place. Ainsi, a été lancée en 2008 l'initiative « 100 Things challengers ». Il s'agit pour chacun, de se débarrasser de 100 objets inutiles. L'objectif est de vivre mieux en arrivant à jeter le superflu. Parallèlement, pour contrer ce pouvoir d'achat par l'argent est apparue une économie collaborative. L'échange remplace alors l'achat. Ce principe s'applique aux appartements, au covoiturage ou au troc de services. Et le succès des sites comme Airbnb, Blablacar ou Le Bon Coin est indéniable. L'obsession de posséder ne garantit pas le bonheur, loin de là. Une nouvelle philosophie de vie se développe, centrée sur la recherche de plaisirs gratuits. A un consumérisme qui tend à mettre en avant l'individualisme, l'égoïsme répond la gratuité créatrice de liens sociaux.

Le consumérisme s'est répandu des Etats-Unis à l'ensemble de la planète, n'épargnant même pas des pays autrefois réticents à ce principe capitaliste comme la Chine. Il a transformé l'objet en objet-déchet et risque, si nous ne faisons rien, de transformer l'homme en homme-objet, puis en homme-déchet.

(399 mots)