



L'Éducation à la consommation, au croisement de l'éducation populaire et de l'économie sociale et solidaire

Les 24 et 25 mars 2022 (sous réserve des dates de Mon ESS à l'école)
dans le cadre de la semaine « Mon ESS à l'école »

Université de Limoges

Campus de Guéret, 23000 Guéret (expérimentation et analyse
d'outils éducatifs)
et

Faculté de Lettres et Sciences Humaines 87036 Limoges
(communications académiques)

avec le Pôle international de Ressources de Limoges et du Limousin
pour l'histoire du monde du travail et de l'économie sociale (PR2L)

NOTE D'ORIENTATION :

Le thème de l'éducation à la consommation se situe au croisement de l'économie sociale et solidaire et de l'éducation populaire. L'Union de Limoges, puis l'Union de Saint Junien et l'Union des Coopérateurs du Centre ont en effet suivi l'exemple des pionniers de Rochdale en appliquant le 5^e principe de l'Alliance Coopérative Internationale fondée en 1895 : « Les coopératives fournissent à leurs membres, leurs dirigeants élus, leurs gestionnaires et leurs employés, l'éducation et la formation requises pour pouvoir contribuer effectivement au développement de leur coopérative. Elles informent le grand public, en particulier les jeunes et les dirigeants d'opinion, sur la nature et les avantages de la coopération ». Ainsi, « en même temps qu'elles expérimentaient un rapport renouvelé à la répartition des revenus et du pouvoir au sein de leurs organisations, les associations de production et de consommation du 19^{ème} siècle ont également organisé des cours et conférences, construit des théâtres, des bibliothèques, publié des journaux » (Carimentrand et al., 2017).

Parallèlement, les associations d'éducation populaire se sont engagées dans l'économie considérant, d'une part que la connaissance de l'économie est indispensable pour développer l'émancipation et le pouvoir d'agir de chaque personne, et d'autre part que les thèmes de l'argent et des bénéfices dans ces associations mettent souvent mal à l'aise les membres des associations (Marquet, Barreira, Cevaer, 2007).

L'économie sociale et solidaire et l'éducation populaire (qui en fait partie), ont des origines communes au 19^{ème} siècle, et l'éducation à la consommation a toujours été une de leurs principales préoccupations. L'éducation à la consommation fait actuellement l'objet d'un net renouvellement (Animation et Education, revue de l'OCCE, mars-avril 2021), elle s'interroge par exemple sur la place des communs par rapport aux droits individuels et elle revisite les modalités et les buts de son éducation plus responsable. C'est dans cet esprit que cette manifestation s'organise.

Le Limousin, pionnier en la matière, est particulièrement adapté pour accueillir nos réflexions. Retenons simplement ici les institutions les plus connues. On oublie trop souvent que les maçons creusois Martin Nadaud, et Antoine Cohadon ne furent pas seulement les fondateurs en 1848 d'une Association Ouvrière de Production de travaux publics promise à un bel avenir dans le Paris haussmannien, mais aussi des acteurs militants de l'éducation populaire. De même, la Ligue Française de l'Enseignement, principale confédération française d'éducation populaire, a été co-fondée en 1866 par le tailleur de pierres creusois Jean Petit. Et la Fédération des Œuvres Laïques de Creuse, l'une des toutes premières fédérations départementales, a été créée en 1927 par le coopérateur Louis-Gaston Roussillat. En outre, l'Union de Limoges, créée en 1881 - désormais intégrée dans Coop Atlantique - est l'une des plus anciennes et l'une des dernières coopératives de consommation en France (avec un volet éducation à la consommation dans Action Conso).

Comme toutes les didactiques, l'éducation à la consommation peut prendre des formes très diverses et entremêlées. On peut observer aussi bien des actions de renforcement de la logique économique (démocratiser l'accès à l'entrepreneuriat et aux raisonnements économiques et gestionnaires) ou de réencastrement de la logique économique dans des objectifs sociaux, culturels ou environnementaux (associations de maintien de l'agriculture paysanne, monnaies locales citoyennes complémentaires, ressourceries, etc.). Elle peut mener au fatalisme (se dire que, techniquement, on fait déjà au mieux dans le contexte actuel) comme à l'utopie (remettre en cause des fonctionnements actuels et mise en œuvre d'alternatives). Elle peut être un outil d'émancipation des personnes et des collectifs qui s'en saisissent comme elle peut être un outil de communication et d'influence pour attirer les sensibilités des nouveaux modes de consommation. Elle passe également par une diversité d'acteurs (Éducation Nationale, pouvoirs publics, acteurs économiques, société civile) et de médias (brochures, ouvrages, affiches, jeux, événements, animations, etc.), auprès ou avec une diversité de publics en milieux fermés et ouverts.

Nous proposons **3 axes de recherche**, mais toute proposition de communication ou d'outils éducatifs en lien avec le texte précédent sera étudiée.

Axe 1 : histoire de l'éducation des consommateurs et consommatrices. Evolution des acteurs impliqués, des formes éducatives et des thèmes traités

L'histoire de l'éducation consumériste reste à écrire. Cependant, quelques auteurs s'accordent à en faire remonter l'origine à l'expérience d'Owen à New-Lanark, et surtout à son secrétaire Holyoake qui, à Rochdale, aux Équitables pionniers, dès 1844 recommandait : "Vous avez donc à faire l'éducation des gens très pauvres avant de les servir. La bonne qualité, le bon poids, la mesure loyale, les rapports sincères et équitables dans le commerce sont des sources de satisfaction qu'un esprit droit préférera de beaucoup à une économie de quelques centimes réalisée au détriment des biens sus-énoncés". La nécessité d'éduquer le consommateur transparait clairement dans les publicités diffusées par l'Union de Limoges durant toute la première moitié du 20e siècle. Aujourd'hui les associations de Jeunesse et d'Éducation Populaire ont pris le relais de coopératives pour éduquer les jeunes consommateurs.

Axe 2 : quelle place de l'animation dans les entreprises de l'ESS et la démocratisation de la sphère économique ?

On peut distinguer :

- un angle organisationnel : les coopératives, mutuelles et associations ont pour objectif de répondre le mieux possible aux besoins des sociétaires consommateurs et consommatrices. L'éducation à la consommation permet à ces derniers de mieux comprendre les enjeux et donc de renforcer leur légitimité et leur pouvoir d'agir dans ces organisations
- un angle sectoriel : les associations d'éducation populaire renforcent la conscience des enjeux pour éclairer les choix d'achat des consommateurs et consommatrices voire augmenter leurs pouvoirs de défendre leurs intérêts auprès des entreprises.

Axe 3 : numérique, nouvelles formes

Quelle place et quel rôle jouent les acteurs de l'éducation populaire - qu'ils soient des professionnels ou des militants - pour développer les liens entre l'action socio-éducative et les grands enjeux politiques et citoyens de la société numérique (données, partage, d'information, etc.) ? Les évolutions numériques se traduisent d'une part par de nouveaux moyens pédagogiques et d'autre part par des évolutions des thèmes (quelles responsabilités du consommateur d'objets numériques ? Quel recul critique face à l'utilisation massive de stratégies de communication numérique?).

ORGANISATION :

- Les propositions de communication académique de 15 min ou de présentation d'outils éducatifs doivent être envoyées pour le 31 octobre 2021.
- Début des inscriptions le 15 décembre 2021.

MODALITÉS DE SOUMISSION :

Pour la 1ère journée (Guéret)

Proposition d'outils d'animation ou d'éducation à la consommation à présenter et tester : précisez le thème du jeu ou de l'outil, le nombre de personnes pouvant participer et les éventuelles contraintes spatiales et techniques pour tester l'animation.

Pour la 2ème journée (Limoges)

Proposition de communication : Le résumé de 1 à 2 pages comprendra la présentation des auteurs (nom, prénom, statut et institution), le descriptif de la problématique étudiée, la méthodologie, les principaux résultats, et une bibliographie indicative.

Proposition de thème de table ronde : La présentation du thème d'une page devra préciser le plan de l'intervention avec les thèmes et problématiques abordés.

SUIVI ADMINISTRATIF ET INSCRIPTION

PR2L : Johanna Lemercier 05 55 39 24 63 - contact@pr2l.fr

SUIVI SCIENTIFIQUE ET INFORMATIONS

Mail du comité scientifique : educonso_ess_ep@unilim.fr

magali.boespflug@univ-poitiers.fr, MCF, sciences de gestion et du management, Cerege, Université de Poitiers

marius.chevallier@unilim.fr, MCF sciences économiques, Geolab, CNRS, Université de Limoges

clotilde.druelle-korn@unilim.fr, MCF-HDR histoire contemporaine, CRIHAM Limoges

bernard.lacorre87@orange.fr, PR2L

PROGRAMME PREVISIONNEL

Programme indicatif : la répartition des thèmes en tables rondes ou communications académiques pourra varier selon les propositions reçues.

Première journée, Guéret, 2 sessions pour tester des outils d'éducation des consommateurs et consommatrices.

10h00 Accueil des participantes et participants

10h15 : ouverture de la journée et présentation de la grille d'analyse des outils et jeux

2 sessions à 10h30 et 11h30

12h30 - repas sur place

14h : bilan sur les outils testés et perspectives de nouveaux outils à créer

15h : ateliers parallèles de créations d'outils ou jeux éducatifs.

Deuxième journée : Limoges

09h00 : Accueil des participantes et participants

09h15 : Ouverture de la journée

9h30-11h30 : Communications académiques interdisciplinaires portant sur l'histoire de l'éducation populaire: quelle place de l'apprendre à mieux consommer dans les démarches d'éducation populaire ?

11h30-12h45 : Table ronde animation à déterminer présentant la diversité des modalités de l'éducation populaire en termes de moyens et d'acteurs mêlant universitaires et acteurs du terrain, montrant à la fois la richesse actuelle et son ancrage historique. Y a-t-il une spécificité de l'ESS en matière de démarches éducatives ?

12h45-14h00 : Déjeuner sur place

14h00-16h00 : Communications académiques portant sur les nouveaux modèles à l'ère du numérique : plateformes, réseaux sociaux, communautés ...

16h00-17h30 : Table ronde animation à déterminer : L'avenir de l'éducation populaire dans un monde numérisé et incertain : défis et solutions

17h30-18h00 : Clôture de la journée et perspectives