

SÉQUENCE D'APPRENTISSAGE N°1 :
LA CONSOMMATION ENGAGÉE

En quoi la consommation engagée peut-elle correspondre à une forme d'engagement politique au même titre que le vote ?



VOLET ENSEIGNANT

Auteur : Sandrine Verdière, IA-IPR de SES, académie de Reims

Niveau : Terminale

Durée : 2 heures



Modalité : En présentiel, accès internet nécessaire / Distanciel possible.

Lien vers l'éclairage « De la société de consommation à la déconsommation » publié par Vie publique le 21 janvier 2020.

Objectifs d'apprentissage :

- Comprendre que l'engagement politique prend des formes variées (vote, militantisme, engagement associatif, consommation engagée).
- Comprendre la diversité et les transformations des objets de l'action collective (conflits du travail, nouveaux enjeux de mobilisation, luttes minoritaires), des acteurs (partis politiques, syndicats, associations, groupements) et de leurs répertoires.

Compétences transversales travaillées :

- Analyse et mobilisation de documents de natures diverses
- Construction d'une argumentation / d'un raisonnement rigoureux à l'écrit et à l'oral

Problématique : En quoi la consommation engagée peut-elle correspondre à une forme d'engagement politique au même titre que le vote ?

Document textuel :

Si la consommation est un moyen d'expression identitaire, elle permet aussi de faire valoir des positionnements politiques et éthiques. Chaque individu peut user de son pouvoir de consommateur pour manifester son soutien ou son désaccord vis-à-vis de pratiques d'entreprise, en achetant des produits ou en boycottant d'autres. La « *consommation engagée* » traduit ainsi la volonté des citoyens d'exprimer directement, par leurs choix marchands ou par leurs modes de vie, des positions politiques (...).

La consommation engagée recouvre des pratiques très hétérogènes. Il peut s'agir pour les individus de modifier leurs choix de consommation en fonction de considérations éthiques et politiques, comme lorsqu'ils refusent d'acheter certains produits ou qu'ils en privilégient d'autres. Mais la consommation engagée recouvre également des modes d'action pluriels, comme le fait de manifester contre la consommation de masse, l'excès de publicité ou le gaspillage alimentaire ; de promouvoir individuellement ou collectivement des modes de vie plus frugaux, privilégiant une consommation plus locale, moins protéinée et fondée sur le partage et le recyclage. De très nombreuses initiatives se sont déployées, passant par des contrats entre producteurs et consommateurs, des coopératives d'habitats ou des éco-villages afin d'expérimenter de nouveaux modes de vie ou projets de société. Ces différents engagements ont en commun de faire de la consommation un mode d'expression de choix politiques.

Sophie Dubuisson-Quellier, *La consommation engagée*, Presses de Sciences Po, 2^e édition, 2018.

1. **Définir : de la consommation à la consommation engagée** - Au premier paragraphe, comment l'auteure présente-t-elle la consommation engagée ?

L'acte individuel de consommation peut être appréhendé sur un plan économique, sociologique et politique.

Économiquement, il s'agit d'utiliser des biens et services afin de satisfaire des besoins, en fonction du revenu et des prix. Dans une perspective sociologique, la consommation peut également être partie prenante de l'affirmation d'une identité ou d'une appartenance à un groupe au travers de l'achat de certains vêtements ou de certains loisirs relevant de la sphère culturelle (théâtre, opéra). De même, les manières de manger (contenu, horaires, nombres de prises) peuvent constituer une distinction sociale (le véganisme peut l'illustrer, comme nous le verrons plus loin).

Il apparaît que la consommation peut être décrite comme « *engagée* » signifiant qu'elle « *traduit la volonté des citoyens d'exprimer directement, par leurs choix marchands ou par leurs modes de vie, des positions politiques (...)* ». Le consommateur fait alors, en tant que citoyen, des choix parmi des produits ou des producteurs non pas en fonction de son budget, de l'offre ou de ses besoins mais dans le but de faire valoir une transformation souhaitée de la société ou de condamner des pratiques à ses yeux critiquables.

Elle peut ainsi constituer une forme d'engagement politique sur de nouveaux enjeux de mobilisation.

2. **Présenter un mécanisme : de la consommation engagée à l'engagement politique** - Explicitez le lien qui peut être fondé entre consommation engagée et engagement politique, notion dont vous rappellerez les caractéristiques.

Éloignée de la conception militaire forte qui implique que le volontaire s'engage pour un temps donné qu'il ne peut rompre sans désertion, la notion d'engagement politique est une notion ambiguë, large, assez peu usitée dans la littérature scientifique. Elle peut être définie comme l'ensemble des actions des gouvernés en direction des gouvernants ou encore des profanes en direction des professionnels de la politique (maire, député, partis politiques) pour faire valoir des idées ou des valeurs, une vision de la société. Elle implique donc *a minima* une action volontaire individuelle.

Il peut exister plusieurs types d'engagement. Ceux-ci sont souvent répertoriés sur un continuum qui va des actions les moins contraignantes, comme s'inscrire sur une liste électorale, jusqu'aux plus contraignantes qui consistent à appartenir activement à un parti politique ou à une organisation telle qu'un syndicat. On parlera alors d'engagement militant s'il s'accompagne d'une participation durable à une action collective.

Dans nos sociétés post-matérialistes, l'engagement politique s'est élargi aussi bien dans ses formes que dans les enjeux de mobilisation.

Par ses achats ou ses refus d'achat, le consommateur peut envoyer aux détenteurs du pouvoir différents signaux de contestation ou de soutien : la défense de l'environnement, la prise en compte de la cause animale, la justice sociale, le rejet du consumérisme excessif. Il agit alors dans le but de mettre à l'agenda politique des questions vives qui appellent une prise de position, la levée de débats, des propositions de lois ou des évolutions de la réglementation.

Il peut également être question d'actions à l'encontre de certaines entreprises en raison des conditions salariales ou de vente (Nike, Nestlé, ...). Dans ce cas précis, la mobilisation vise généralement davantage les parties prenantes de ces firmes et leurs concurrents. L'interpellation des détenteurs du pouvoir politique vient en arrière-plan.



Eclairage

De la société de consommation à la déconsommation ?

ECONOMIE

Circuits courts, locavorisme, magasins bio... De plus en plus de consommateurs délaissent les supermarchés pour se tourner vers de nouveaux modes de consommation. Soucieux de leur santé et de leur environnement, les Français font le choix de consommer moins mais mieux.

Publié le 21 janvier 2020 à 10h37
10 minutes

Par **La Rédaction**

3. **Illustrer** - A partir de l'éclairage « [De la société de consommation à la déconsommation](#) », recensez des illustrations de la consommation engagée et justifiez votre réponse en indiquant le message relayé auprès des professionnels de la politique.

Être un consommateur engagé peut signifier ...

- Privilégier les circuits courts en achetant directement auprès d'un producteur local. Le message envoyé aux professionnels de la politique est la défense de l'environnement car il s'agit de limiter le transport des aliments, les emballages, ... et du lien social car il est question de soutenir les commerces de proximité,

jugés de meilleure qualité en défiance au rôle intermédiaire que remplit la grande distribution.

- Lutter contre le gaspillage en achetant des produits en vrac, compte tenu des 500 kg de déchets par personne produits chaque année en France. Cette rationalisation des produits consommés invite les gouvernants à se saisir de la question dans le cadre d'une économie plus sobre.
- S'inscrire dans une logique de décroissance laquelle peut s'illustrer par certaines pratiques de consommation collaborative comme le glanage qui consiste à récolter ce qui est destiné au rebut ou même le covoiturage afin de limiter les émissions de gaz à effet de serre et les achats de véhicules pour chaque particulier. Cette modalité dépasse les précédentes et invite les gouvernants à la réflexion sur le modèle économique dans un environnement fini.

4. **Définir et illustrer** - Dans le répertoire d'action collective de la consommation engagée, on trouve le terme de boycott. Que signifie-t-il ? Illustrez-le.

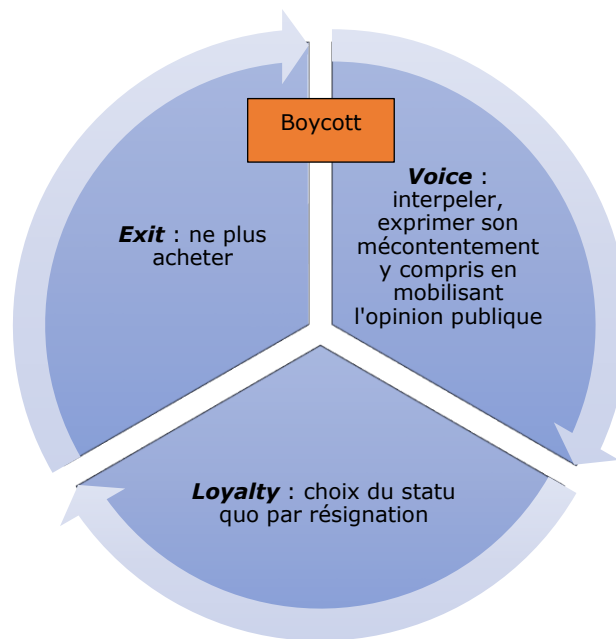
Apport du professeur :

Le concept de répertoire d'action collective désigne le stock limité de moyens d'action à la disposition des groupes contestataires, à chaque époque et dans chaque lieu. Le politiste et historien américain Charles Tilly, à qui l'on doit ce concept, le définit en 1984 comme « *une série limitée de routines qui sont apprises, partagées et exécutées à travers un processus de choix relativement délibéré* ».

Le terme de boycott est inspiré de Charles Cunningham Boycott (1832-1897), intendant d'un riche propriétaire terrien d'Irlande de l'Ouest qui imposait de mauvaises conditions de travail aux fermiers lesquels ont choisi en représailles de s'unir pour l'assigner à résidence et organiser un blocus qui l'ont amené à fuir.

Aujourd'hui, le boycott consiste à refuser systématiquement l'achat d'un produit ou de l'ensemble des produits d'une firme ou d'une Nation afin de manifester son opposition. Ce refus d'achat peut être lié à la défense de la cause environnementale (refuser d'acheter les produits qui contiennent de l'huile de palme), animale (refuser d'acheter du cuir, de la viande, du foie gras) ou encore la justice sociale face à des entreprises dont les conditions d'emploi ou de travail sont jugées condamnables (travail des enfants, salaires faibles, horaires excessifs ou conditions de travail dangereuses). Il s'agit du versant négatif des actions de la consommation engagée visant à ostraciser certaines firmes ou produits pour une cause généralement plus large.

5. **Expliquer** - Où se situe, selon vous, le boycott dans le schéma suivant qui résume les stratégies adoptées par les consommateurs en cas de défaillance d'une institution publique ou d'une entreprise privée selon l'économiste américain Albert Hirschman en 1970 ?



Le boycott se situe entre l'option « *exit* » (ou sortie) puisque les consommateurs choisissent de ne plus acheter un produit ou les produits d'une firme dans une optique de stigmatisation et l'option « *voice* » (ou prise de parole) puisqu'ils médiatisent leur geste en délivrant donc également un message d'alerte politique.

6. **Déduire** - Par déduction, que signifie alors, selon vous, le « *boycott* », autre modalité du répertoire d'actions politiques du consommateur engagé ? Des exemples sont proposés dans l'éclairage de Vie publique.

Le boycott peut s'accompagner d'un versant positif et prend alors la dénomination de « *buycott* » qui désigne la valorisation de solutions d'achats alternatives aux produits courants, comportant certains labels ou certifications (éthique, bio, équitable, ...), ou l'achat par des circuits de distribution différents (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP), « *drive* » fermier, boutiques « *Artisans du Monde* »).

7. **Discuter** - Est-ce que consommer « *bio* » est une forme de consommation engagée d'après les informations données par l'éclairage de Vie publique ?

Il est indiqué que consommer des produits bio est associé à des motivations individualistes: manger des produits sains, de bonne qualité, locaux. Dans cet esprit, il ne s'agit pas nécessairement d'une forme de consommation engagée. En revanche, si les clients de ces magasins associent l'agriculture biologique au développement local et à la préservation de l'environnement, ils s'inscrivent alors dans une forme de consommation engagée.

8. **Discuter** - Même question pour la consommation collaborative.

Il est indiqué qu'acheter d'occasion sur un site, louer entre particuliers, ... constituent généralement le moyen d'obtenir un bien ou un service à moindre coût. L'objectif est alors d'accroître son pouvoir d'achat et non d'exprimer une position politique. Toutefois, comme nous l'avons évoqué plus haut, le glanage entre bien dans le répertoire d'actions de la consommation engagée.

9. **Discuter** - Est-il aisé d'identifier distinctement les consommateurs engagés ? On peut constater que, dans certains cas, les modalités d'achat ou de refus d'achat s'inscrivent pleinement dans une démarche coûteuse, en termes monétaires ou de

temps passé : les AMAP fonctionnent ainsi sous la forme d'un contrat entre le paysan et le consommateur par exemple.

Mais il existe une distance conséquente entre les individus qui achètent occasionnellement des produits bio ou issus du commerce équitable et ceux qui font de la sphère marchande une arène politique en s'impliquant dans des actions lourdes de contestation.

Document audiovisuel :

Lille : un "déboulonneur" condamné à 900 euros d'amende pour ses actions anti-publicité

Le collectif pourrait faire appel.

Publié le 13/11/2019 à 18h09 • Mis à jour le 11/04/2020 à 22h38



10. **Illustrer** - Après avoir visionné ce court reportage : « Lille : un "déboulonneur" condamné à 900 euros d'amende pour ses actions anti-publicité », indiquez en quoi les campagnes anti-publicité peuvent aussi illustrer la consommation engagée.

Il s'agit d'une forme de résistance à la publicité qui peut passer par des formes individuelles (refuser les prospectus) ou plus collectives et médiatiques de la contestation, relevant de la désobéissance civile comme la dégradation de supports publicitaires. Ainsi, ce citoyen lillois, mu par des motivations éthiques et la promotion d'une cause, transgresse délibérément, de manière publique, concertée et non violente, une loi en vigueur, pour exercer une pression sur le législateur ou le pouvoir exécutif.

11. **Décrire et définir** - Pourquoi le reportage qualifie-t-il ce lillois de « militant » ?

La personne condamnée ne se limite pas à l'adhésion à un mouvement de consommation engagée : il participe à une action collective, concertée d'un groupe d'individus en vue d'atteindre des objectifs communs, ici la remise en question du consumérisme excessif.

Il est d'ailleurs soutenu par un député du parti « France insoumise » qui a déposé une proposition de loi en ce sens.

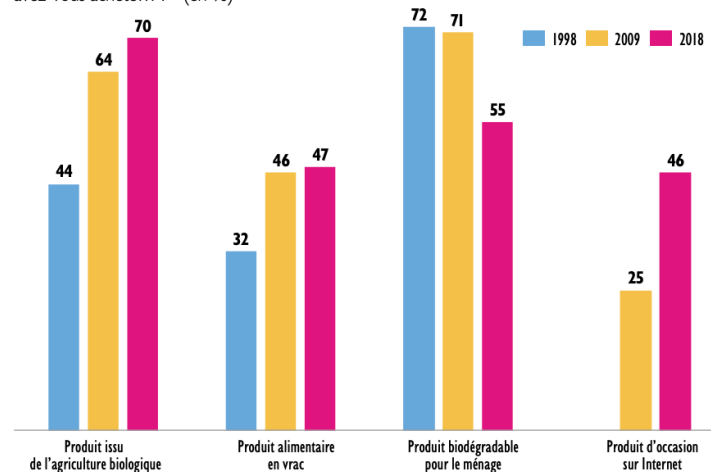
12. **Déduire** - Le terme générique de « consommation engagée » désigne-t-il nécessairement des actes de consommation ?

Il ne faut pas réduire la consommation engagée à la seule consommation, elle comporte également des formes d'action militantes, non institutionnalisées, protestataires : campagnes, pétitions, détournements de publicité (*culture jamming*).

Document statistique : En 20 ans, forte progression du bio, du vrac et de l'occasion.

En suivant le 4^e lien présenté dans l'éclairage « [De la société de consommation à la déconsommation](#) » publié par Vie publique, vous êtes mené à un article du Credoc intitulé « Consommation durable : l'engagement de façade des classes supérieures » publié en mars 2019 dont est issu ce document.

« Avez-vous déjà acheté (avant 2018), depuis six mois, soit depuis le 1^{er} janvier 2018, avez-vous acheté... ? » (en %)



Source : CRÉDOC, enquêtes Tendances de consommation, 1998-2018.

NB : Les achats de produits biodégradables pour le ménage sont en baisse en raison de la généralisation des lessives sans phosphate depuis l'interdiction de ce produit dans les lessives domestiques en 2007.

1. **Maîtrise des savoir-faire statistiques** - Présentez l'évolution des achats identifiés sur ce document depuis 1998 (ou 2009 lorsque les données ne sont pas disponibles).

Progression de la part des individus ayant acheté au moins un produit issu de l'agriculture biologique : + 60 % entre 1998 et 2018. Les produits conditionnés en vrac concernent désormais un consommateur sur deux environ (+ 47 %), de même que les achats de produits d'occasion (+ 84 % depuis 2009).

2. **Maîtrise des savoir-faire statistiques** - Peut-on déduire de ce document que la grande majorité des consommateurs sont engagés ?

Comme nous l'avons indiqué plus haut, entre la moitié et les trois-quarts des clients interrogés indiquent avoir déjà procédé à l'achat de produits qui peuvent relever de la consommation engagée. Cependant, ils peuvent également correspondre à une dépense plus spontanée qu'intentionnelle et/ou à une volonté d'accroître le pouvoir d'achat.



Tâche intermédiaire à l'écrit :

Résumez à l'écrit les traits caractéristiques de la consommation engagée en utilisant les termes suivants : hétérogène, répertoire d'actions, boycott, buycott, choix politiques, engagement politique.

Consommation engagée :

- pratiques hétérogènes parfois difficiles à identifier clairement
- sur de nouveaux enjeux de mobilisation : la cause environnementale, animale, la lutte contre l'extension de la marchandisation
- répertoire d'actions très large : peut aller du boycott ou buycott à des formes d'action non institutionnalisées comme la désobéissance civile portée par des militants

Lien avec l'engagement politique :

- vise nécessairement à faire de la consommation un mode d'expression de choix politiques : l'aspect individuel est toujours en lien avec une mobilisation collective.
- elle peut constituer une des formes d'engagement politique car il s'agit d'interpeler les élus ou le pouvoir exécutif en faveur d'un soutien ou d'une condamnation d'une pratique, d'une orientation des modes de vie.

Exercice 1 - Classez ces exemples dans le tableau suivant :

- Selon une étude, les Français préfèrent le Coca-cola au Pepsi.
- Les Bretons plébiscitent l'altercola régional « Breizh Cola » qui occupe 10 % des parts de marché dans la région.
- Un cinquième des Français sont intolérants au lactose et ne consomment donc pas de produits laitiers.
- Le véganisme est un mode de vie qui consiste à ne consommer aucun produit d'origine animale : il représenterait actuellement 0,5 % de la population française.
- Selon Vie publique, « 46 % des Français déclarent avoir acheté un produit d'occasion sur des sites Internet comme 'Le bon coin' en 2018, contre 25 % en 1998 ».
- L'un des premiers « SEL » (système d'échange local) est créé à Saint-Quentin-en-Yvelines en 1995 : il fonctionne comme une bourse aux échanges de biens et de services entre ses membres, l'échange n'étant pas nécessairement équilibré.

Consommation engagée	Consommation
b	a
d	c
f	e



Exercice 2 – Points de vigilance : justifiez ces phrases et donnez au moins un exemple.

a) Toute forme de consommation n'est pas nécessairement engagée.

Le plus généralement, les ménages consomment ou encore utilisent des biens et services afin de satisfaire leurs besoins, voire affirmer une identité, une appartenance à un groupe.

Exemples : acheter du carburant, un abonnement téléphonique.

b) Toute forme de consommation engagée n'est pas nécessairement de la consommation.

Contrairement à une analyse rapide de la notion, la consommation engagée peut faire référence au boycott de certains produit et à des actions de contestation :

manifestations, désobéissance civile, détournements de publicité qui sont de l'ordre du militantisme ou de l'engagement associatif. Enfin, pour certains, la consommation engagée ne s'envisage que dans l'optique d'une « déconsommation », d'une mode de vie plus frugal et moins énergivore.

c) Toute forme de consommation engagée ne constitue pas nécessairement un engagement politique.

Dans certains cas, la consommation engagée désigne un ensemble d'actions qui visent à ostraciser une firme en particulier, sans interpeler nécessairement ou en premier lieu le pouvoir politique.

Exercice 3 – Décrire l'effet de la consommation engagée sur la sphère politique : l'exemple de la loi du 10 février 2020

Suivez ce lien dans l'éclairage de Vie publique « *De la société de consommation à la déconsommation* » : [Loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire](#)

Établissez des liens entre les formes de consommation engagée extraites de l'ouvrage *La consommation engagée* de Sophie Dubuisson-Quellier (à gauche) et les mesures de cette loi (à droite) :

Extraits	Mesures de la loi du 10 février 2020
« ... des organisations comme Disco Soup, qui propose des repas à base de nourriture saine mise au rebut, les Freegans ou les Dumpster Divers, qui fouillent de manière illégale dans les poubelles pour récupérer de quoi préparer des repas qui seront ensuite filmés et postés sur internet, utilisent des tactiques de désobéissance civile pour dénoncer le problème ».	La destruction (incinération et mise en décharge) des invendus non alimentaires neufs, comme les vêtements, les chaussures, les produits de beauté, les livres ou l'électroménager, est interdite par principe. Les entreprises doivent, sauf exceptions, donner ou recycler leurs produits au plus tard fin 2021 ou fin 2023 selon les secteurs.
« Le militantisme contre les véhicules 4x4 est né aux États-Unis. Des groupes d'activistes ciblent les hummers, gros véhicules adaptés de l'armée, en les couvrant de tags ou de messages informant les propriétaires que ces véhicules ont des taux d'émission de CO2 très élevés. (...) En France, des groupes équivalents nommés les « Dégonfleurs » s'en prennent aux 4x4 dans les grandes villes ».	Le principe du pollueur-payeur, qui rend responsable le fabricant ou le distributeur d'un produit du financement de sa fin de vie, est renforcé. Il s'agit de la responsabilité élargie des producteurs (REP). De nouvelles familles sont créées: les jouets, les cigarettes, les textiles sanitaires (lingettes de ménage, couches jetables, cotons...), les produits et matériaux de construction du bâtiment ou encore les voitures particulières, camionnettes et véhicules motorisés à 2 ou 3 roues (motos, scooters...), etc.

	<p>Les producteurs soumis aux filières pollueur-payeur doivent élaborer des plans quinquennaux d'action d'écoconception pour que leurs produits soient plus recyclables.</p>
<p>La construction de labels, plus particulièrement ceux fondés sur des arrangements spécifiques entre la société civile, les firmes et parfois les pouvoirs publics, constitue l'un des moyens fondamentaux pour l'expression du boycott.</p>	<p>L'information des consommateurs sur les caractéristiques environnementales des produits proposés à la vente (incorporation de matière recyclée, durabilité ...) est harmonisée à compter de 2022. Il est notamment interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage les mentions "biodégradable", "respectueux de l'environnement" ou toute autre mention équivalente.</p>



Tâche finale - Mon argument oral en 300 secondes

Sit-in de l'association L214 en 2015



a) Effectuez une recherche sur l'association L214 en partant de questions simples (quoi, quand, dans quel but, comment ?).

Créée en 2008, cette association milite en faveur du véganisme (mode de vie qui exclut toute utilisation de produits animaux : laitages, viande, cuir, etc.) et multiplie les actions fortes pour dénoncer la surconsommation de viande et le traitement des animaux dans l'agroalimentaire. Elle tire son nom de l'article L214 du code rural : *"Tout animal étant un être sensible doit être placé par son propriétaire dans des conditions compatibles avec les impératifs biologiques de son espèce."*

D'abord opposés au gavage des oies pour la fabrication de foies gras, ses militants enquêtent sur les conditions d'élevage. Ils sont parvenus à attirer l'attention des médias et de la population en diffusant des vidéos à charge montrant le traitement des animaux dans les abattoirs. Ils sensibilisent également en occupant les rues des centres-villes lors de journées d'affluence en exposant des images ou vidéos choquantes.

A la suite de ces actions, l'Assemblée Nationale a adopté en mai 2018 une proposition de loi qui permet d'installer des caméras de vidéosurveillance dans les abattoirs volontaires, le doublement des sanctions en cas de mauvais traitements sur les animaux (portées à un an d'emprisonnement et à 15 000 euros d'amende) et la création d'un nouveau délit visant à réprimer les mauvais traitements envers les animaux commis dans les transports et les abattoirs.

- b) Proposez une argumentation orale de cinq minutes répondant à notre question initiale : « *En quoi la consommation engagée peut-elle constituer une forme d'engagement politique au même titre que le vote ?* » en utilisant l'exemple de cette association.**

Il faut être attentif à l'enchaînement de la séquence argumentative : les passages clés doivent être rédigés au préalable ou représentés sur un schéma en insérant des connecteurs logiques (sachant que, donc, néanmoins). Un temps de 5 minutes permet d'être à la fois concis, précis mais de développer l'argumentaire.

L'auditeur doit percevoir rapidement l'idée principale (je veux montrer que ...) ; le mécanisme doit être clairement énoncé (lien entre certains aspects de la consommation engagée et l'engagement politique qui devront être précisés) ; l'illustration peut être utilisée à chaque étape de la démonstration.



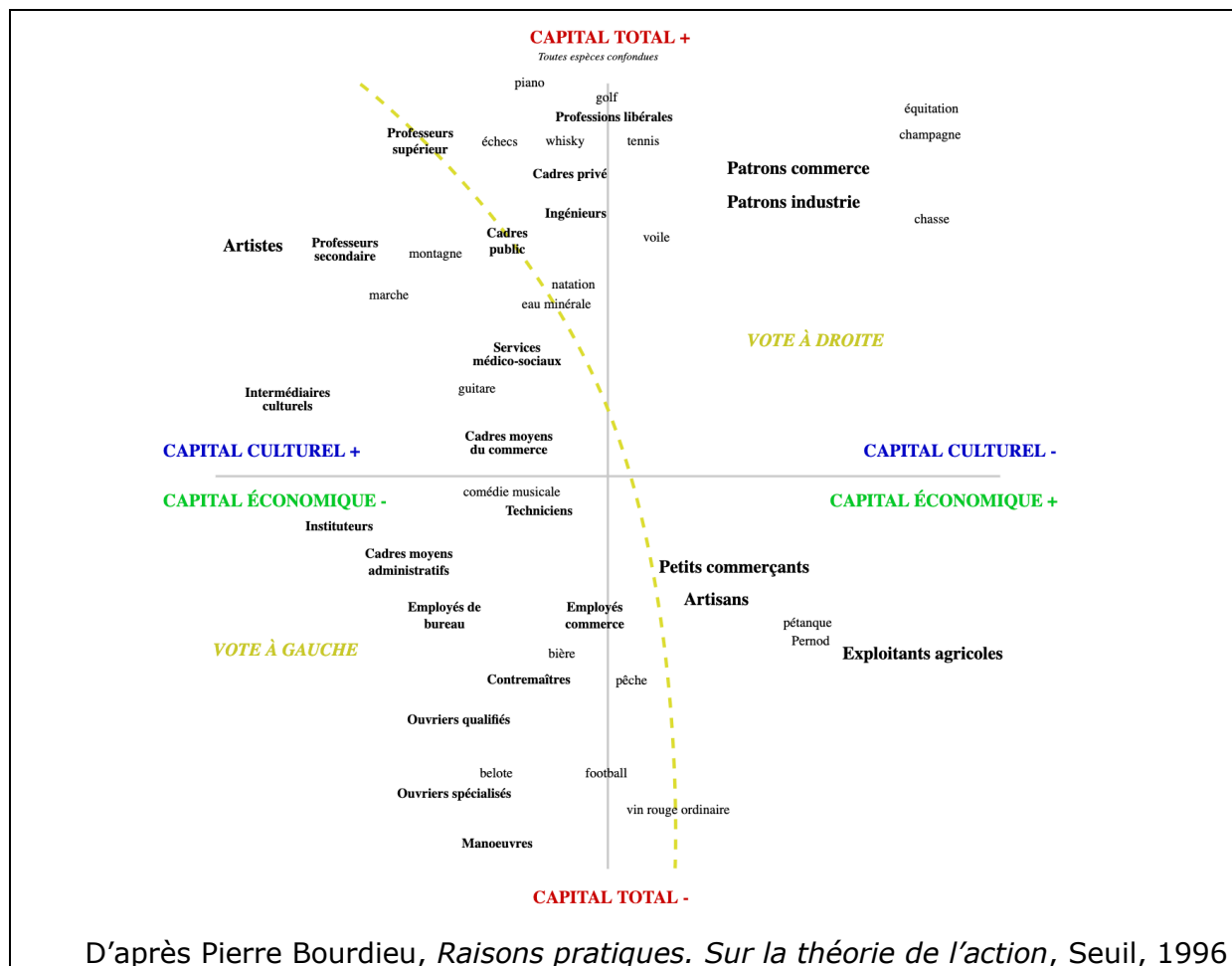
Pour aller plus loin ...

Nous sortons à présent du champ du programme de Terminale *stricto sensu*. Le focus présenté ici peut être pertinent dans le cadre de la recherche de problématique du Grand Oral par exemple.

La consommation engagée : une autre forme de distinction sociale ?

En quoi la consommation engagée, notamment alimentaire, correspond-elle aussi à une forme de distinction sociale au-delà de l'engagement politique ?

Document iconographique : L'espace des styles de vie selon Bourdieu



1. **Décrire** - Comment sont disposées les catégories socioprofessionnelles sur ce graphique ?

Sur l'axe des abscisses, les catégories socioprofessionnelles sont placées :

- en fonction de leur dotation en capital économique, des fractions au plus haut revenu vers les moins aisées (de droite à gauche) ;
- en fonction de leur dotation en capital culturel, de gauche à droite.

L'axe des ordonnées permet de visualiser le capital total est représenté verticalement.

Ainsi, les exploitants agricoles sont caractérisés par un important revenu et un faible capital culturel. Ils se situent en bas à droite de cette carte.

Ce sont les goûts les plus discriminants ou classants qui sont ici représentés.

2. **Décrire et comparer** - Quels sont les goûts des ouvriers selon Bourdieu ? Comparez-les à ceux des patrons de l'industrie et du commerce.

Les ouvriers, caractérisés par un capital économique et culturel modeste, ont des loisirs comme la pêche, le football ou la belote et leurs boissons se portent vers des produits ordinaires : bière, vin rouge.

En revanche, les patrons du commerce et de l'industrie, dotés d'un capital économique élevé et d'un faible capital culturel font de l'équitation et pratiquent la chasse, ils boivent plutôt du champagne.

A travers ces éléments, on découvre que les goûts peuvent caractériser une catégorie socioprofessionnelle qui devient identifiable. « Dis-moi ce que tu manges ou bois, je te dirai qui tu es ... ».

3. **Discuter** - Les goûts sont-ils propres à chaque individu selon ce sociologue ?

Dans *La Distinction. Critique sociale du jugement* en 1979, le sociologue Pierre Bourdieu oppose à la vision courante, qui tient les goûts pour un don de la nature relevant d'un choix personnel, l'observation scientifique qui montre que ceux-ci sont déterminés et organisés entre eux par notre position dans la société.

Bourdieu montre que nos goûts et nos styles de vie sont déterminés par notre position sociale. Par exemple, la fréquentation des musées, théâtres, opéras... est largement le fait des classes dominantes. Si chacun peut pratiquer un sport, les statistiques font apparaître que tout le monde ne s'oriente pas vers le même : le tennis est l'apanage des classes supérieures. Les classes moyennes s'orientent plutôt vers la natation, et les classes populaires vers le football. *La Distinction* montre que l'on retrouve ce système de différences dans tous les domaines : habillement, alimentation, lectures... Les classes sociales se distinguent aussi par leur manière d'être. Un bourgeois ne « tient » pas son corps de la même manière qu'un ouvrier, et le langage châtié du premier s'oppose également au « franc-parler » du second.

Au-delà, les styles de vie sont un mode de domination symbolique, car ils sont hiérarchisés. Les membres de la classe dominante sont porteurs du « *goût légitime* » : ils ont réussi à faire de leur propre style de vie l'étalon auquel peuvent être rapportées les pratiques des autres groupes sociaux. Il définit le beau, le noble. Le style de vie des classes populaires, quant à lui, fait figure de repoussoir, associé au laid, au vulgaire.

Les goûts sont donc classants et la société se caractérise par une vision unifiée et hiérarchisée de l'espace des styles de vie et des pratiques culturelles.

4. **Illustrer** - Citez deux boissons « *légitimes* », deux boissons « *vulgaires* ».

+ Eau minérale, champagne, whisky
- vin rouge ordinaire, « Pernod », bière.

5. **Illustrer** - Où placeriez-vous la consommation de crustacés comme les écrevisses ou le homard ? de saucisses « *chipolatas* » ? de « *poke bowl* » ? de frites ?

- Chipolatas, frites : plutôt en bas au centre.
- Écrevisses, homard : plutôt en haut à droite.
- « *Poke bowl* » : plutôt en haut à gauche.

6. **Illustrer** - A votre avis, où se situent les personnes végétariennes ou véganes ?

Même si certaines personnes issues des classes populaires abandonnent parfois le régime carné ou que le marquage en termes de classes sociales n'est pas central tant ces régimes peuvent correspondre à de nombreux facteurs (attrait pour des thérapies et philosophies parallèles, pour l'idéal de minceur et pureté, motivations écologiques, politiques), les végétariens ou véganes appartiennent généralement aux classes moyennes et bénéficient d'un assez bon capital de formation.

7. **Déduire** - Quelle conclusion en tirez-vous quant à l'analyse sociologique des pratiques alimentaires ?

Prises dans leur sens le plus global, les pratiques alimentaires (de la définition de ce qu'est un repas, les plats qui le composent, la forme de la journée alimentaire (nombre de prises, horaires, etc.), le lieu et le contexte des prises alimentaires, comme les manières de manger) sont socialement situées. Elles participent de la différenciation ou distinction sociale.

Document textuel :

Sans surprise, la consommation engagée est très segmentée socialement. Elle concerne majoritairement des femmes, et des individus d'un âge moyen de 35 ans, ayant un niveau d'éducation supérieur à la moyenne et issus des classes moyennes supérieures. Consommer bio ou local, voire végétarien, fabriquer ses propres produits d'entretien a ainsi été interprété comme le répertoire culturel d'un groupe social très spécifique, qui n'est pas sans rappeler le goût ascétique de la petite bourgeoisie à fort capital culturel identifié par Pierre Bourdieu*.

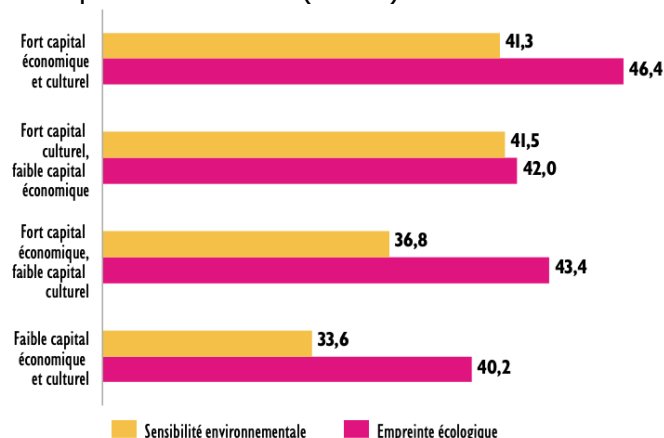
Sophie Dubuisson-Quellier, *La consommation engagée*, Presses de Sciences Po, 2^e édition, 2018.

* Selon Pierre Bourdieu, cette petite bourgeoisie culturellement dotée (métiers artistiques, infirmiers, animateurs radios, etc.) a une volonté d'ascension sociale et promeut le « devoir de plaisir » : écoute du corps, relaxation et alimentation saine et équilibrée.

Document statistique – Les classes supérieures se préoccupent de l'environnement mais polluent plus que les autres

En suivant le 4^e lien présenté dans l'éclairage « [De la société de consommation à la déconsommation](#) » publié par Vie publique, vous êtes mené à un article du Credoc intitulé « Consommation durable : l'engagement de façade des classes supérieures » publié en mars 2019.

Score moyen estimant l'empreinte écologique¹ et la sensibilité environnementale² selon le capital économique et culturel* (en %)



Source : enquêtes Tendances de consommation, 2018, CRÉDOC.

* **Fort capital économique** : appartenir aux 40% les plus riches, c'est-à-dire aux classes moyennes supérieures et aux catégories aisées. Part opposition, avoir un faible capital économique, c'est appartenir au reste de la population, c'est-à-dire aux 60% les plus « pauvres ».

* **Fort capital culturel** : être diplômé du supérieur (avoir un diplôme supérieur au baccalauréat), ce qui est le cas de 43% de la population française. Un faible capital culturel signifie donc avoir un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat, soit 57% de la population.

(1) Empreinte écologique : score entre 0 et 100, 0 étant l'impact minimum possible compte tenu des questions posées par l'enquête « Tendance de consommation ».

L'impact sur l'environnement de la mobilité (particulièrement la voiture et l'avion), de l'alimentation (à travers la consommation de protéines animales) et du logement (consommation d'énergie et appareils numériques) est pris en compte, au prorata de leur importance dans les émissions de gaz à effet de serre. Seules les pratiques réelles (et non les intentions) ont été prises en compte.

(2) Sensibilité environnementale : score entre 0 et 100, sur le même principe que l'indicateur précédent, mais pour la sensibilité aux problématiques environnementales. Outre la préoccupation déclarée pour l'environnement, l'indicateur prend également en compte l'incitation à acheter des garanties écologiques et l'engagement pour la cause écologique.

1. **Expliquez** la phrase soulignée à l'aide du texte.

La segmentation de la consommation engagée renvoie à l'idée que ce mouvement est socialement situé : il ne concerne pas également chaque classe sociale. Ainsi, il est indiqué qu'elle est plus marquée parmi les classes moyennes supérieures, les mieux dotées en capital culturel. Elle contribue à l'imposition d'une distance entre groupes sociaux, à la fois pour des raisons financières mais aussi par l'intériorisation d'une nouvelle norme de consommation légitime (éthique, favorable à l'environnement) qui caractérise la classe moyenne et supérieure.

Autrement dit, consommer bio, être végane ou adopter des comportements écologiquement responsables ne serait pas uniquement une affaire de conviction ou de goût mais participerait des goûts classants qui hiérarchisent l'espace social.

2. **Quelle justification** peut-on apporter à l'idée que la consommation engagée est genrée ?

Il apparaît que la consommation engagée est davantage portée et mise en œuvre par les femmes car plus souvent en charge des achats et de la gestion du ménage. On retrouve donc ici l'idée que la consommation engagée est marquée sociologiquement et n'est pas mise en œuvre au hasard dans l'espace social.

Certains analystes avancent également l'idée que cette forme d'engagement peut être perçue comme une forme d'expression politique dont les consommatrices peuvent s'emparer au-delà des autres voies de participation politique. Cela pose toutefois le problème du maintien du partage des rôles traditionnels.

3. **Comparer** - En quoi le document statistique confirme-t-il le texte qui précède ? Citez et comparez certaines données.

On constate que les classes qui affichent la plus forte sensibilité environnementale sont celles qui appartiennent à la fraction des 40 % les plus aisés et disposent d'un diplôme supérieur au baccalauréat : leur score est de 41,3 sur 100 contre 33,6 sur 100 (écart de 7,7 points de pourcentage) pour les classes les moins bien dotées.

Au-delà du niveau de revenu, c'est bien le capital culturel qui influe le plus : plus faible il est, plus basse est la sensibilité aux questions environnementales. Ainsi, le score le plus élevé atteint de 41,5 sur 100 pour les personnes à fort capital culturel et à faible capital économique. Cela confirme les indications des auteurs : « être diplômé va de pair avec une conscience écologique plus développée ».

4. **Décrire** - Quel élément paradoxal relevez-vous dans le document statistique ?

Les classes les plus sensibles à l'environnement (score de 41,3 sur 100) sont aussi celles qui polluent le plus (score de 46,4 sur 100) en raison des déplacements plus fréquents en voiture ou en avion, notamment dans un cadre professionnel, d'une attention moindre portée aux dépenses énergétiques notamment.

5. **Décrire** - Trouvez deux phrases dans l'article du Credoc qui justifient son titre : un « engagement de façade » des classes supérieures.

« La richesse conduit les plus sensibles à l'écologie à des pratiques de mobilité qui ne peuvent pas être compensées, en termes d'empreinte écologique, par de 'petits gestes' comme la consommation de produits bio, la réduction ou la suppression de la viande et l'achat de produits d'occasion ».

« Si environ un tiers des Français a pris l'avion en 2018, ce sont ceux qui ont fait au moins un trajet en avion qui ont le plus déclaré limiter leur consommation de viande (48 % contre 41 %) et qui ont le plus acheté de produits issus de l'agriculture biologique (78 % contre 67 %) ».

Tout se passe comme si les plus diplômés et les plus aisés, dotés d'une conscience aigüe de l'urgence climatique, changent certaines de leurs pratiques de consommation mais ne sont pas prêts à renoncer à divers aspects de leur mode de vie (moyens de transport et déplacements notamment), à le transformer en acceptant de réelles contraintes.




Cela conforte l'idée qu'une part des actions de consommation engagée peut être analysée comme étant corrélée à la volonté de se situer favorablement dans l'espace social hiérarchisé.




Tâche finale – Représentez sous une forme de carte mentale : quel est l'apport du sociologue dans l'analyse de la consommation engagée ?

La consommation engagée

Forme d'engagement politique

interpellation des détenteurs du pouvoir sur des causes jugées désirables  enjeux post-matérialistes
répertoire d'actions allant du boycott au militantisme  mobilise de nouveaux acteurs : les femmes, les associations
correspond à de nouveaux objets de mobilisation différents des salaires ou de l'emploi  la cause animale, environnementale, la justice sociale
mises à l'agenda politique, les actions conduisent à une évolution des lois, de la réglementation

Forme de distinction sociale

l'enquête sociologique révèle les pré-notions en montrant que les goûts ne sont pas limités ou naturels, propres à chaque individu 
les manières de consommer inscrivent les individus dans un espace social hiérarchisé
le sociologue révèle certains faits sociaux et éclaire sur la distance entre le sens donné aux actions par les individus et le réel

Les particularismes alimentaires ou les actions militantes dans le domaine de la consommation, de plus en plus revendiqués, peuvent être motivés par des raisons éthique, politique, religieuse, distinctives, etc.

À propos :

Melchior



En partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, Melchior est le site de ressources pédagogiques en libre accès conçues par des enseignants pour les enseignants et les élèves.

Melchior offre :

- Tous les programmes de sciences économiques et sociales de la seconde aux classes préparatoires accompagnés de supports de cours (exercices, vidéos, podcasts, infographies, notes de lecture, quiz...).
- Des ressources innovantes pour illustrer chaque thématique (études de cas, mises en activité, focus d'entreprises...), des dossiers autour de thématiques croisées (entreprise, climat, nouvelles technologies, mondialisation...) et des décryptages de l'actualité.
- Des ressources originales créées avec nos partenaires (Brief.eco, BSI Economics, France Stratégie, Insee, PSE – Paris School of Economics, Vie publique, Xerfi Canal)

www.melchior.fr

Vie publique



Vie-publique.fr est un site gratuit d'information qui donne des clés pour comprendre les politiques publiques et les grands débats qui animent la société. Le site est réalisé par la DILA (Direction de l'information légale et administrative), rattachée aux services du Premier ministre.

Vie-publique.fr a pour ambition de s'adresser aux citoyens dans leur diversité pour permettre de décrypter l'information, de démêler le vrai du faux, de se faire une opinion et de favoriser l'engagement dans le débat public.

Pour ce faire, Vie-publique.fr propose gratuitement pour tous les sujets traités, une information claire, riche et fiable, représentative des différentes opinions publiques.

Par cette contribution à la compréhension du monde contemporain, les contenus publiés sur vie-publique.fr participent au débat démocratique et à la formation du citoyen.

www.vie-publique.fr