Ateliers "Résister à la surconsommation ?"

lundi 17 septembre 2012

Identifier les messages stéréotypés et les pratiques d'influences consuméristes, renforcer et transmettre l'expertise citoyenne pour conforter la démocratie…

Un projet pilote d'Adéquations pour l'Ile-de-France à partir d'une expérimentation territoriale à Paris de mai à octobre 2012 et autour de trois rencontres : 11 mai, 2 juin et 18 octobre.

Sommaire de cet article

- Trois thématiques en discussion
- Le projet d'Adéquations "Résister à la surconsommation"

Trois thématiques en discussion

– ***Troisième atelier :*** **18 octobre 2012 à 18 h 30** " La santé et l'environnement, à travers l'obsolescence programmée, le greenwashing, le publisexisme, et les allégations mensongères".
– *Ateliers précédents :* "Les enfants, cible privilégiée des techniques d'influence" (2 juin) ; "Les institutions bancaires ou comment le système bancaire crée l'endettement et renforce l'addiction à la consommation" (11 mai).

Les ateliers ont eu lieu dans un espace citoyen, le café associatif Le Petit Ney. 10 Avenue Porte de Montmartre, 75018 Paris. Il est possible de prendre un verre et/ou de dîner sur place : (réservation) 01 42 62 00 00. M° : Pte de Clignancourt (prévoir environ 500 m à pied ou Pte de St-Ouen • Bus : 95, 60, 137, PC • Station velib' rue René Binet.).

Inscriptions aux ateliers d'Adéquations : contact adequations.org

18 octobre : **La santé et l'environnement, à travers l'obsolescence programmée, le greenwashing, le publisexisme. Alternatives et initiatives citoyennes**

– Jeudi 18 octobre de 18 h 30 à 21 h

La surconsommation, cause de production d'objets inutiles, prématurément jetés et/ou difficilement recyclables participe directement à la démesure de l'empreinte écologique des pays développés. Loin de prendre en compte la mise en péril de l'environnement et de notre santé à toutes et à tous,

de nombreuses entreprises s'engagent délibérément dans une logique d'obsolescence programmée qui vise à raccourcir la durée de vie et à rendre irréparables les nouveaux produits mis sur le marché.

Parmi les participant-es

Camille Lecomte, chargée de campagne "Modes de production et de consommation responsables" aux Amis de la Terre parlera de l'obsolescence programmée des équipements. En effet, depuis quelques années, les déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) sont ceux qui connaissent la plus forte croissance en France, entre 2 et 3% chaque année. Cela s'explique d'une part par le faible recours à la réparation et d'autre part par l'obsolescence programmée de nos produits qui sont de moins en moins durables quand ils ne sont pas simplement conçus pour s'arrêter. L'obsolescence programmée a un coût écologique et social : exploitation massive des ressources, impacts sanitaires pour les populations locales, surproduction de déchets et pollutions lourdes. Les Amis de la Terre proposent des alternatives à la surconsommation qui sont l'allongement de la durée de vie et les activités de réemploi et de réparation.

Par ailleurs, les enjeux d'un développement humain durable servent aujourd'hui davantage à relooker les injonctions à consommer qu'à les remettre en question. D'où l'expression « greenwashing » pour désigner cette nouvelle approche du marketing.
Adéquations, proposera un éclairage sur le « publisexisme » et le "greenwashing".

Christine César, sociologue, parlera de ses travaux sur le budget alimentaire. Peut-on manger équilibré avec 3,5 euros par jour ?

Antoine Lagneau du **Festival des Utopies concrètes** viendra témoigner des initiatives des "Quartiers en transition".
Le Festival des utopies concrètes a lieu en Ile de France du 27 septembre (soirée d'ouverture Mairie Paris 2ème 17 rue Léopold Belland, consacrée aux ponts entre des luttes locales contre l'exploitation des ressources non renouvelables et la résistance à l'extractivisme d'une part et les alternatives concrètes locales d'autre part, en lien avec le mouvement des villes en transition) au 7 octobre, avec en particulier le **village des utopies concrètes le samedi 29 septembre 55 quai de l'Ourcq dans le 19ème face à la péniche Antipode de 10h à 18h** et la soirée sur les monnaies complémentaires le lundi 1er octobre à 19 h. Consulter le programme

Le projet d'Adéquations "Résister à la surconsommation"

Les enjeux

Tandis que des pans entiers de la population ont de plus en plus de mal à joindre les deux bouts, les incitations à consommer toujours davantage continuent à créer de nouveaux besoins. Et ce, au mépris des revenus réels des personnes, de leur santé, de la dignité de leur image, du lien social et de la préservation de l'environnement…

Ainsi, selon le bilan des travaux de la MIPES (Mission d'Information sur la Pauvreté et l'Exclusion en Ile de France) depuis 2001, le nombre des francilien-nes vivant en dessous du seuil de pauvreté (60% de la médiane du revenu fiscal) à augmenté de 43% au cours de ces dix dernières années et l'on constate une progression de plus de 40 % des dossiers de surendettement déposés.

Parallèlement le marché mondial de l'industrie publicitaire est en expansion constante. On estime que chaque personne reçoit environ 3000 messages publicitaires par jour.

Ces incohérences ne sont pas une fatalité. De juin 2010 à janvier 2012 Adéquations a organisé un cycle de sept séminaires à l'Assemblée nationale et au Sénat, sur les thèmes du lobbying et des pratiques d'influences, des pouvoirs et contre-pouvoirs, de leurs impacts sur la démocratie, santé, l'alimentation, l'économie… La mobilisation autour de ces séminaires – grand public, militants associatifs, élus et journalistes – a montré qu'il existe une demande pour échanger davantage sur ces problématiques.

Adéquations souhaite aujourd'hui amener le débat auprès d'un public plus large, dans une perspective d'éducation populaire, d'autant que ces enjeux ne font que s'intensifier dans le contexte de crise économique et financière.

Le projet d'Adéquations mise sur la capacité des personnes à faire des choix et à s'émanciper, tout en leur fournissant les outils nécessaires au repérage des stratégies d'influences :
– Dans un premier temps, trois ateliers participatifs visent une prise de conscience citoyenne des enjeux d'un choix de consommation autonome, libre de l'emprise du discours consumérisme dominant.
– Dans un second temps, ce travail collectif sera capitalisé par la création et la diffusion d'un outil de sensibilisation coconstruit, avec l'appui d'Adéquations, par les participant-es eux-mêmes.

Ces trois soirées visent un public décloisonné : habitant-es de ce quartier populaire qu'est la Porte de Montmartre, habitué-es de la programmation du Petit Ney, personnes suivant les travaux d'Adéquations sur ces questions… Adéquations portera une attention particulière aux aspects de dialogue inter-générationnel et pluri-culturel du public et à la mixité femmes-hommes.

Des personnes-ressources et des partenaires associatifs d'Ile-de-France sont sollicités pour nourrir les débats avec des cas concrets.

Création d'un "référentiel citoyen"

Au cours de ces trois rencontres, un « référentiel citoyen » sera préparé à partir des apports des participant-es. Il sera formalisé à la fin des rencontres pour rendre compte des ateliers et donner des pistes concrètes pour repérer les stéréotypes consuméristes dans le discours de la publicité et l'offre de produits de grande consommation. Il sera conçu pour viser un large public - tous publics en Ile-de-France et au-delà, notamment associations, collectivités territoriales - et comprendra un livret, une rubrique dédiée sur le site web d'Adéquations et une exposition en six panneaux souples apte à circuler facilement notamment dans les lycées.

Ces outils seront adressés et présentés aux élus et décideurs politiques pour alimenter leur réflexion sur l'impact des techniques d'influence sur les modes de consommation et sur la décision publique.

Les ateliers qui ont déjà eu lieu…

Les enfants, cibles privilégiées des techniques d'influence

– Samedi 2 juin de 17 h à 20 h

Non seulement les enfants représentent un pouvoir d'achat direct (le montant de l'argent de poche qui leur est offert ne cesse d'augmenter), mais un marketing très sophistiqué en fait des prescripteurs incontournables pour les achats du foyer qui relèveraient à priori davantage de décisions d'adultes. Comment sont-ils amenés à jouer cette partition dans la surconsommation, avec quels impacts sur leur développement, comment les en détourner ? Ces questions - et d'autres en fonction des personnes qui vont participer - seront débattues lors de cette rencontre.

Parmi les participant-es

– Céline van Daele et Sylvain Duval de l'ADNC (Association de Diététique et de Nutrition Critiques) présenteront les impacts de la publicité alimentaire sur la consommation alimentaire des enfants et adolescent-es.
– Bénédicte Fiquet, chargée de mission de l'association Adéquations soulignera la manière dont certains jeux (notamment certains jeux en ligne) prônent la consommation auprès des enfants et en quoi le sexisme génère du consumérisme.
– Monique Perrot-Lanaud, journaliste, rendra compte des travaux d'Elisabeth Baton-Hervé, docteure en Sciences de l'information et de la communication, qui alerte sur les messages de type persuasif, mais non identifiés comme de la publicité, envahissant les programmes télévisés destinés à la jeunesse.

Les institutions bancaires ou comment le système bancaire crée l'endettement et renforce l'addiction à la consommation

– Vendredi 11 mai de 19 h à 22 h

Les institutions bancaires jouent sur les deux tableaux. D'un côté elles octroient des crédits à la consommation qui peuvent être déconnectés des revenus de leurs clients et activables de plus en plus facilement (à partir d'un simple simple SMS pour certaines d'entre elles). De l'autre, elles relaient les sollicitations des enseignes auxquelles elles sont adossées : carte de crédits couplée avec la carte fidélité, alertes e-mails promotionnels, vente directe de forfait téléphone mobile etc. Mieux repérer ces injonctions à consommer pour mieux s'en prémunir, tel est le propos de cette rencontre.

Parmi les participant-es

– Jean Beaujouan, président de l'association Crésus Île-de-France Paris. L'association Crésus Île-de-France Paris (CIFP) a pour mission d'apporter aide et conseils aux personnes surendettées ou financièrement fragiles de la Région Île-de-France. Son président Jean Beaujouan décrira « les pièges à la consommation » tendus par les institutions bancaires et abordera la question de l'implication du lobbying des banques dans la loi du 1er juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation.
– Jeanne Lazarus, Sociologue, chercheuse au CNRS, membre du Centre de sociologie des organisations (Sciences-po). Auteure de *L'épreuve de l'argent* : banques, banquiers, clients aux Editions Calmann-Lévy, Jeanne Lazarus soulignera l'absence de référence morale unique et stable pour encadrer les pratiques monétaires aujourd'hui. Elle abordera notamment la question de la participation des banques à la déresponsabilisation des jeunes clients.
– Éric Guerquin, président - UFC Que Choisir Ile de France présentera les résultats Ile de France de l'enquête "crédit à la consommation" réalisée sur le terrain par les bénévoles d'UFC Que Choisir.

Adéquations anime un centre de ressources en ligne « Démocratie, veilles citoyennes » visant à sensibiliser aux impacts de la communication biaisée et des stratégies d'influences sur les prises de décision publiques, collectives et individuelles...

Ce centre de ressources fournit de nombreux outils sur les techniques d'influence que sont le lobbying des intérêts industriels et financiers, les conflits d'intérêts, les expertises scientifiques, la publicité etc. Il permet également à Adéquations d'exposer sa réflexion propre et de relayer différentes initiatives citoyennes visant à alerter sur ces mécanismes qui, en donnant un poids excessif à certains groupes d'intérêts sur la décision publique et sur les comportements individuels ou collectifs, constituent un risque pour l'équilibre du processus de décision démocratique.

{{}}

Copyright © Site de l'Association Adéquations - https://www.adequations.org/spip.php?article1801