

...Les enseignants de l'enseignement supérieur ayant répondu à l'enquête s'expriment sur l'éducation à la consommation...

- 73% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (**profil 1**),
- 27% n'ont pas encore intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation mais souhaitent les mettre en œuvre (**profil 2**),
- Les profils 3 et 4 ont un nombre de réponses qui a été jugé trop faible pour permettre une exploitation qui ait du sens.

Analyse des réponses du profil 1 Ens. Sup	Analyse des réponses du profil 2 Ens. Sup
<p>33 enseignants de l'enseignement supérieur ont répondu à l'enquête, 73% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (profil 1).</p> <p>Ils sont unanimes à déclarer que la motivation essentielle qui les a conduits à développer une éducation à la consommation est de sensibiliser leurs étudiants aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation et les amener à une véritable réflexion sur l'acte d'acheter.</p> <p>Ils souhaitent leur donner des connaissances sur leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs et les amener à acquérir les clés de compréhension du marketing (87 %), de la publicité et des médias (82 %), appliquées à la consommation.</p> <p>74 % d'entre eux ont entrepris cet enseignement par conviction ou militantisme.</p> <p>100 % des enseignants de l'enseignement supérieur de <u>profil 1</u> établissent un lien entre éducation à la consommation et environnement et entre éducation à la consommation et développement durable. 82 % d'entre eux estiment que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.</p> <p>Plus de 6 enseignants de l'enseignement supérieur sur 10 ont témoigné leur intérêt pour les thèmes qui leur étaient proposés. Il n'y a pas de tendances bien marquées puisque les thèmes sociétaux semblent aussi prisés que les thèmes classiques de consommation.</p> <p>Les impacts sociaux, environnementaux et économiques de la consommation, la lecture et le décryptage des étiquettes des produits et la sécurité des produits sont les thèmes qui ont incité plus de 90 % de ces enseignants à aborder des questions relevant de l'éducation à la consommation.</p> <p>L'étude de la publicité et du marketing et le prix des produits sont les domaines qui intéressent 87 % des répondants.</p> <p>En dépit des difficultés (matériel insuffisant et manque de temps) et du travail supplémentaire que nécessite un tel enseignement, ces enseignants du profil 1 souhaitent continuer dans cette voie en raison de l'aide que cela peut apporter à leurs étudiants (100 %), de la nécessité d'évoluer vers une société plus responsable et durable (96 %). Pour 87 %, c'est l'envie d'aborder de nouveaux thèmes avec leurs étudiants qui les motivent à continuer.</p> <p>Ces enseignants sont 88 % à créer eux-mêmes leurs propres supports et outils d'éducation à la consommation,</p>	<p>Ces enseignants sont les seuls qui, à l'unanimité, souhaitent intégrer à leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation, par conviction et/ou par militantisme.</p> <p>Mais ils sont aussi unanimes à déclarer qu'ils souhaitent, par cette éducation, sensibiliser leurs élèves aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation, développer chez leurs étudiants une véritable réflexion sur l'acte d'acheter en leur donnant des connaissances sur leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs et en les amenant à acquérir les clés de compréhension du marketing, de la publicité et des médias, appliquées à la consommation.</p> <p>On retrouve donc dans les réponses de ces enseignants qui veulent aborder une éducation à la consommation auprès de leurs élèves une très grande concordance avec celles des enseignants du <u>profil 1</u>.</p> <p>Pour ce qui est des thèmes qu'ils souhaitent aborder avec leurs étudiants, 6 d'entre eux font l'unanimité :</p> <ul style="list-style-type: none"> -les impacts sociaux, environnementaux et économiques de la consommation; -le cycle de vie des produits : circuits de production, de distribution, de recyclage; -le prix des produits, notamment ce qui compose le prix ; -les produits bio ou issus de l'agriculture biologique ; -la sécurité numérique (protection des données personnelles, droit à l'oubli, vol d'identité numérique, téléchargements et droits d'auteur, commerce électronique) ; -l'utilisation des réseaux sociaux, de l'internet et de la téléphonie mobile. <p>Ces enseignants comptent tous utiliser des supports d'information créés par des associations ou des institutions publiques et presque tous (96 %) souhaitent utiliser des supports publicitaires. 80 % comptent utiliser des outils créés par eux-mêmes.</p> <p>Par ailleurs, ces enseignants comptent sur l'aide d'institutions, de personnes et d'associations extérieures à l'Éducation nationale pour mettre en œuvre cet enseignement.</p> <p>Ces enseignants de <u>profil 2</u> font également, pour 96 % d'entre eux, un lien entre éducation à la consommation et environnement et entre éducation à la consommation et développement durable.</p> <p>Le manque de temps, le manque d'outils adaptés, le</p>

<p>a priori à partir de supports médias et publicitaires. Même si les enseignants de l'enseignement supérieur ne sont pas concernés par la circulaire relative à l'éducation à la consommation du 17/12/1990, 21% en connaissent l'existence.</p>	<p>manque d'information en la matière et le fait de ne pas savoir par où commencer sont autant d'interrogations concernant la mise en œuvre concrète d'une éducation à la consommation. 90 % des enseignants de l'enseignement supérieur ayant répondu au profil 2 ignorent l'existence de la circulaire relative à l'éducation à la consommation du 17/12/1990.</p>
---	--