

Enquête sur l'éducation à la consommation

Résumé



Janvier 2015

Présentation de l'enquête

L'Adéc, de par son origine, a toujours marqué toute l'importance qu'elle accordait à la dimension éducative de son action dans le domaine de la consommation. Les nombreuses actions menées par ses militants dans les régions et au plan national en témoignent.

C'est en raison de cet intérêt que l'Adéc a décidé de mener **une étude sur « l'éducation à la consommation »** dont l'objectif est double:

- dresser un état des lieux, dans le temps, des textes et écrits qui ont cherché à installer et faire vivre une éducation à la consommation; identifier des actions menées, des initiatives ou des réflexions en matière d'éducation à la consommation, en particulier à une consommation responsable; faire connaître toutes ces actions et faciliter leur appropriation;
- mettre en évidence les attentes et les besoins requis pour le développement d'une éducation à la consommation responsable et répondant aux enjeux actuels.

Différentes actions sont prévues pour atteindre ces objectifs: entretiens avec les institutions et organisations qui sont concernées par l'éducation, initiale et permanente, à la consommation, présentation de pratiques, enquêtes de terrain, etc.

La première de ces actions a été de mener, en collaboration avec l'Institut national de la consommation (INC) une enquête sur l'Éducation à la consommation.

Les destinataires de cette enquête ont été les personnes qui enseignent dans les écoles, les collèges, les lycées, et les établissements de l'enseignement supérieur. Ils ont été informés et sollicités pour répondre à l'enquête en ligne disponible sur le site de l'INC du 23 juin au 15 décembre 2013.

Les enseignants avaient le choix entre quatre questionnaires différents selon :

- qu'ils ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (profil 1).
- qu'ils 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).
- qu'ils n'abordent pas dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation et ne souhaitent pas le faire pour le moment (profil 3).
- qu'ils ont déjà mis en œuvre des actions d'éducation à la consommation mais ont arrêté (profil 4).



L'enquête a permis de recueillir les réponses de 242 enseignants. L'exploitation des résultats est donc tout à fait crédible au regard des statistiques habituelles d'enquête du même type, sauf pour certaines parties de l'enquête pour lesquelles il y a eu un nombre insuffisant de réponses; ces parties seront précisées dans la synthèse par profil.

Les enseignants qui ont répondu au questionnaire :

- 20% sont des hommes, 80% des femmes,
- 95% habitent en France métropolitaine,
- 35 % enseignent depuis moins de 15 ans, 65 % depuis 15 ans et plus ;
- 35% enseignent en centre-ville; 38% en périphérie urbaine; 26% en milieu rural,
- 31% des enseignants du secondaire et du supérieur ayant répondu enseignent l'économie.

Deux critères de répartition de ces 242 réponses ont été privilégiés :

1. une répartition par profil (cf. la présentation des profils ci-dessus)

Les enseignants se sont répartis selon les profils de la manière suivante :

- **profil 1** : 47%
- **profil 2** : 35%
- **profil 3** : 11%
- **profil 4** : 7%

Nota : pour l'ensemble des résultats de cette enquête présenté en pourcentage, quand il y avait une virgule, le résultat a été arrondi au nombre entier le plus proche.

1. une répartition par niveau d'enseignement: écoles, collèges, lycées, enseignement supérieur; la répartition entre les différents niveaux d'enseignement est la suivante:

- **enseignants dans les écoles:** 29 % ;
- **enseignants dans les collèges:** 18 % ;
- **enseignants dans les lycées:** 35 % ;
- **enseignants dans l'enseignement supérieur:** 14 % ;

Nota : les 6 % non répartis correspondent à des personnes qui se déclarent non concernées par un niveau précis d'enseignement.

C'est cette répartition par niveau d'enseignement (école, collège, lycée, enseignement supérieur) qui est présentée dans ce résumé, chaque niveau étant ensuite décliné par profil.

- 28% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (**profil 1**),
- 38% 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**)
- 30% n'abordent pas dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation et ne souhaitent pas le faire pour le moment (**profil 3**).
- Le nombre de réponses d'enseignants de **profil 4** a été jugé trop faible pour permettre une exploitation qui ait du sens.

Analyse des réponses du profil 1 école

Ils sont 95 % à déclarer que la motivation essentielle qui les a conduits à développer une éducation à la consommation est de sensibiliser leurs élèves aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation ; ils notent en particulier que ce qu'ils cherchent à développer chez les élèves, c'est une véritable réflexion sur l'acte d'achat ; c'est de leur donner une connaissance de leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs; c'est qu'ils aient les clés de compréhension du marketing, de la publicité et des médias, appliquées à la consommation.

Ces enseignants de profil 1 établissent, pour 95 % d'entre eux, un lien entre éducation à la consommation et environnement (90 % entre éducation à la consommation et développement durable) et estiment, à plus de 95 %, que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.

Il n'est donc pas étonnant de retrouver parmi les thèmes qu'ils étudient avec leurs élèves (on peut citer: la sécurité des produits, la publicité et le marketing, la lecture et le décryptage des étiquettes des produits, ...) des thèmes liés à l'environnement et au développement durable (le gaspillage, l'eau, l'énergie renouvelable, l'analyse du cycle de vie d'un produit).

En dépit des difficultés 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 aux élèves (100 %), du grand intérêt que manifestent leurs élèves (95 %) et de la nécessité d'évoluer vers une société plus responsable et durable (95 %).

Il faut noter le pourcentage élevé d'enseignants qui créent eux-mêmes leurs propres supports et outils d'éducation à la consommation.

Enfin, il convient de relever que la circulaire relative à l'éducation à la consommation, bien que datant de presque 24 ans (du 17/12/1990), demeure une référence pour un nombre non négligeable de ces enseignants puisque un quart la connaît et que beaucoup estiment qu'elle mériterait d'être actualisée.

Analyse des réponses du profil 2 école

On retrouve 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 profil 1 ci-dessus, qui, eux, pratiquent déjà une éducation à la consommation: mêmes objectifs, mêmes raisons, thèmes semblables, sinon identiques.

Ces enseignants de profil 2 font également, pour 96 % d'entre eux, un lien entre éducation à la consommation et environnement (90 % entre éducation à la consommation et développement durable) et estiment, à 100 %, que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.

Il faut noter que ces enseignants expriment un certain nombre d'interrogations concernant la mise en œuvre concrète d'une éducation à la consommation: le manque de temps, le manque d'information et le fait de ne pas savoir par où commencer, etc.

Il faut noter que ces enseignants de profil 2 sont moins nombreux à connaître la circulaire relative à l'éducation à la consommation (11 % d'entre eux).

Analyse des réponses du profil 3:

Les raisons qui font qu'ils n'abordent pas des questions relevant de l'éducation à la consommation sont essentiellement pratiques: le manque d'outils, le manque de formation, le manque de temps sont les plus souvent cités.

Des raisons « philosophiques » sont moins souvent exprimées: 14 % ne voient pas l'intérêt de tels savoirs et compétences transversales; 27 % estiment « qu'éduquer à la consommation, c'est inciter à consommer et que ce n'est pas le rôle de l'école ».

- 39% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (profil 1),
- 52% 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 collège

Ces enseignants sont unanimes à déclarer que la motivation essentielle qui les a conduits à développer une éducation à la consommation est de sensibiliser leurs élèves aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation. Pour les amener à une telle compétence, ils cherchent à développer chez leurs élèves 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.

82 % d'entre eux ont entrepris cet enseignement par conviction ou militantisme.

Ces enseignants de collège de profil 1 établissent, pour 94 % d'entre eux, un lien entre éducation à la consommation et environnement (87 % entre éducation à la consommation et développement durable) et estiment, à plus de 82 %, que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.

L'étude de la publicité et du marketing sont les domaines qui recueillent l'unanimité de ces enseignants. La lecture et le décodage des étiquettes des produits comme la sécurité des produits paraissent importants à 88 % d'entre eux.

Les circuits de production, le cycle de vie des produits et les impacts sociaux, environnementaux et économiques de la consommation tiennent une place importante dans leur enseignement puisque cela concerne 76 % de ces enseignants. Il n'est donc pas surprenant que les actions solidaires soient aussi un des thèmes les plus abordés par eux.

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 aux élèves (100 %), du grand intérêt que manifestent leurs élèves (88 %) et de la nécessité d'évoluer vers une société plus responsable et durable (88 %).

Ces enseignants sont 88% à créer eux-mêmes leurs propres supports et outils d'éducation à la consommation, a priori à partir de supports médias et publicitaires.

Pour 65% de ces enseignants, ce qu'ils font en matière d'éducation s'inscrit dans un projet d'établissement.

94% des enseignants de collège ayant répondu au profil 1 ignorent l'existence de la circulaire relative à l'éducation à la consommation (du 17/12/1990).

Analyse des réponses du profil 2 collège

On retrouve 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 profil 1 ci-dessus, qui, eux, pratiquent déjà une éducation à la consommation: mêmes objectifs, mêmes raisons, thèmes semblables, sinon identiques.

Ils sont eux aussi unanimes à déclarer que la motivation essentielle qui les a conduits à développer une éducation à la consommation est de sensibiliser leurs élèves aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation, de développer chez leurs élèves 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.

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.

Ces enseignants de profil 2 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.

Il faut noter que ces enseignants, s'ils sont motivés par un tel enseignement, expriment un certain nombre d'interrogations concernant la mise en œuvre concrète d'une éducation à la consommation: le manque de temps, le manque d'outils adaptés, le manque d'information et le fait de ne pas savoir par où commencer, etc.

Seuls 4% des enseignants de collège ayant répondu au profil 2 connaissent l'existence de la circulaire relative à l'éducation à la consommation du 17/12/1990.

- 66% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (profil 1),
- 29% 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 lycée	Analyse des réponses du profil 2 lycée
<p>Parmi les 85 enseignants des lycées qui ont répondu à l'enquête, 66% ont intégré dans leur enseignement des questions relevant de l'éducation à la consommation (profil 1).</p> <p>Les enseignants des lycées qui ont répondu au <u>profil 1</u> sont 98 % à déclarer que la motivation essentielle qui les a conduits à développer une éducation à la consommation est de sensibiliser leurs élèves aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de la consommation; ils notent en particulier que ce qu'ils cherchent à développer chez les élèves, c'est une véritable réflexion sur l'acte d'acheter ; c'est de leur donner une connaissance de leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs ; c'est qu'ils aient les clés de compréhension du marketing, de la publicité et des médias, appliquées à la consommation.</p> <p><u>Nota</u> : ce sont les mêmes raisons que celles exprimées par les enseignants des écoles, avec seulement quelques différences dans les pourcentages.</p> <p>Ces enseignants de <u>profil 1</u> établissent, pour 97 % d'entre eux, un lien entre éducation à la consommation et environnement (95 % entre éducation à la consommation et développement durable) et estiment, à 93 %, que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.</p> <p>Il n'est donc pas étonnant de retrouver parmi les thèmes qu'ils étudient avec leurs élèves (on peut citer : le prix des produits, y compris la composition des prix, la sécurité des produits, la publicité et le marketing, la lecture et le décodage des étiquettes des produits, etc.) des thèmes liés à l'environnement et au développement durable (les produits équitables, l'analyse du cycle de vie d'un produit et le recyclage) ;</p> <p>En dépit des difficultés et du travail supplémentaire que nécessite un tel enseignement, ces enseignants du <u>profil 1</u> ont envie de continuer dans cette voie en raison de l'aide que cela peut apporter aux élèves (96 %), de la nécessité d'évoluer vers une société plus responsable et durable (95%), de l'intérêt que manifestent leurs élèves (89 %), ainsi que de l'envie d'aborder de nouveaux thèmes (76 %).</p> <p><u>Nota</u> : ce sont des « envies » semblables à celles exprimées par les enseignants des écoles.</p> <p>Enfin, il convient de relever que la circulaire relative à l'éducation à la consommation, bien que datant de presque 24 ans (du 17/12/1990), demeure une référence pour un nombre non négligeable de ces enseignants puisque 21 % d'entre eux la connaissent et que beaucoup estiment qu'elle mériterait d'être actualisée.</p>	<p>Parmi les 85 enseignants des lycées qui ont répondu à l'enquête, 29% 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)</p> <p>On retrouve dans les réponses de ces enseignants qui souhaitent mettre en œuvre une éducation à la consommation auprès de leurs élèves une très grande concordance avec celles des enseignants du <u>profil 1</u> ci-dessus, qui, eux, pratiquent déjà une éducation à la consommation : mêmes objectifs, mêmes raisons, thèmes semblables, sinon identiques.</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 (90 % entre éducation à la consommation et développement durable) et estiment, à 100 %, que ces liens sont plutôt forts ou essentiels.</p> <p>Il faut noter que ces enseignants expriment un certain nombre d'interrogations concernant la mise en œuvre concrète d'une éducation à la consommation: le manque de temps (96 %) et le manque d'information (72 %) sont les plus souvent cités.</p> <p>Il faut noter que ces enseignants de profil 2 sont moins nombreux à connaître la circulaire relative à l'éducation à la consommation (13 % d'entre eux).</p>

- 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). 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. 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. 74 % d'entre eux ont entrepris cet enseignement par conviction ou militantisme. 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. 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. 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. L'étude de la publicité et du marketing et le prix des produits sont les domaines qui intéressent 87 % des répondants. 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. Ces enseignants sont 88 % à créer eux-mêmes leurs propres supports et outils d'éducation à la consommation, 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>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. 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. 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>. Pour ce qui est des thèmes qu'ils souhaitent aborder avec leurs étudiants, 6 d'entre eux font l'unanimité : -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. 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. 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. 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. Le manque de temps, le manque d'outils adaptés, le 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>

Conclusions de cette enquête INC-Adéic, première étape de l'étude sur l'éducation à la consommation conduite par l'Adéic.

Nous avons choisi à travers cette enquête de nous adresser d'abord aux enseignants, acteurs directs et incontournables d'une éducation à la consommation dans le cadre de la formation initiale.

Quels premiers enseignements tirons-nous de cette enquête et quels points sont à reprendre, à confirmer, à modifier et à approfondir dans la suite de l'étude ?

1. Les enseignants qui se sont exprimés pensent qu'une éducation à la consommation est indispensable, liée d'ailleurs à l'environnement et au développement durable (EDD).
2. À travers leurs réponses, ces enseignants montrent qu'il est possible de mettre en œuvre une éducation à la consommation. Ils formulent très clairement des objectifs et des compétences à développer chez les élèves. Ils ont à cœur d'amener les élèves à une consommation citoyenne et responsable, de les rendre vigilants aux ressorts de la publicité et du marketing en suscitant notamment une réflexion sur l'acte d'achat.
3. Pour atteindre ces objectifs, ces enseignants s'appuient sur une série de thèmes dont l'analyse du cycle de vie d'un produit, la sécurité alimentaire, les modes alternatifs de consommation, la lecture et le décryptage d'étiquettes, la gestion de son budget, l'eau.
4. Dans la mise en place de cette éducation à la consommation, les enseignants créent souvent leur « propre matériel pédagogique » en s'appuyant sur diverses ressources : celles de l'INC et de sa pédagogie, du SCEREN, des supports multimédias et publicitaires. Néanmoins, ils regrettent le manque d'outils adaptés et s'accordent quasi unanimement sur l'importance de l'existence d'un texte d'orientation sur l'éducation à la consommation. Importance qu'ils expriment par la mise à jour de la « circulaire Jospin n°90-342 » du 17/12/1990 ». (*)

(*) *Remarque des auteurs de l'enquête : « Il faut préciser que si les enseignants répondent en souhaitant une « mise à jour de la « circulaire Jospin n°90-342 » du 17/12/1990 », c'est que la question leur était posée en ces termes. Il aurait sûrement été très intéressant de connaître le point de vue des enseignants sur la place possible qu'ils voyaient de l'éducation à la consommation dans le socle commun de connaissances, de compétences et de culture... mais la question ne leur a pas été posée. Ce pourrait être un point à reprendre dans la suite de l'étude. »*

Rappelons que cette première action de l'étude sur « l'éducation à la consommation » a été menée en commun par l'Adéic et l'INC en direction des enseignants à qui il a été proposé une enquête en ligne disponible entre le 23 juin et le 15 décembre 2013 sur le site Internet de l'INC.

242 enseignants ont répondu à cette enquête. L'exploitation des résultats est donc tout à fait crédible au regard des statistiques habituelles d'enquête du même type, sauf pour certaines parties de l'enquête pour lesquelles il y a eu un nombre insuffisant de réponses.

La conception, la mise au point de l'enquête, le dépouillement, l'exploitation et la présentation des résultats ont été réalisés par :

Anne-Sophie QUERITE, Alain ELIE et Claude DOUARE de l'Adéic
Catherine BUSCHINI, Christophe BERNES et Jean-Pierre LOISEL de l'INC.

Contacts : suiteenquete1conso@adeic.fr ou education@inc60.fr