

Projet. Aurélie, Florian, Hafid

Thème 1 : Ménages et consommation.

- 1) Comment les revenus et les prix influencent-ils les choix des consommateurs ?
- 2) La consommation: un marqueur social ?

Production finale :

Groupe de 4.

Une publicité sur un objet de consommation de votre choix accompagnée d'une explication qui explique la consommation du produit avec les éléments vus durant les prochaines séances. Publicité papier, filmée etc (autrement dit avec le support de votre choix). Présentation synthétique écrite (minimum 2 pages)

I. Économie

1. La composition du revenu disponible

parler aussi de l'épargne

2. La consommation : une question de pouvoir d'achat

3. La consommation des biens dépend de leurs élasticités (biens inférieurs, supérieurs)

Travail préparatoire phase 1 (économie)

Objectif : Analyser son objet avec la démarche de l'économiste (i.e : déterminants économiques de la consommation vus précédemment)

1- Qui sont les acheteurs ? Qui sont les vendeurs ? Réfléchir aux gammes de prix possible pour votre objet. (Réfléchir aux conditions de production). Réfléchir au niveau de revenu des acheteurs. Réfléchir à la quantité vendue.

2- [recherche CDI, salle informatique, à la maison selon les possibilités et le timing] Trouver un document économique sur votre objet (exemple : graphique sur l'évolution des ventes, tableaux sur les chiffres d'affaires, articles de presse sur le développement commerciale de telle marque etc etc.. Détails : Validation par le professeur du document choisit qui doit s'intégrer à la production finale.

PS : Les 10 dernières min doivent servir à structurer les réponses pour la présentation orale.

3- Présentation orale sur les déterminants économiques de la consommation de leur objet (passage à l'oral de 2 groupes qui présentent en cinq minutes l'état d'avancé de l'étude de leur objet)

TRANSITION : Pinçon-Charlot → LOTO.

5 Le choc biographique des gagnants du loto

C'est ici à une autre catégorie de « riches » que les auteurs (Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot) se sont intéressés, à savoir à celle des « millionnaires de la chance », soit les gagnants du Loto dont les gains ont atteint 1 à 75 millions d'euros. [...]

Véritable « séisme », « heureuse catastrophe », nous disent les auteurs, l'annonce du gain amène-t-elle le gagnant à redéfinir totalement ses pratiques, ses consommations, les lieux fréquentés, son environnement social ? En un mot, son univers culturel est-il profondément bouleversé par la richesse ? Est-ce que, comme les transfuges de classe, les millionnaires de la chance sont frappés de « névrose de classe » face au « mécanisme de dédoublement lié au sentiment d'être divisé de l'intérieur » ? La réponse qui émerge des différents exemples cités par Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot apparaît comme négative. Ainsi certains ne changent pas de domicile et conservent leur vieille voiture. Ayant obtenu leur « cagnotte », Marcel et Brigitte Hubert, grands lecteurs, s'offrent une croisière à thème philosophique dans les îles grecques et le lecteur n'est pas étonné de découvrir l'affinité de ce choix avec l'ancienne activité professionnelle de ce couple dont les métiers étaient en lien avec l'enseignement. Les Verdier ont conservé leur mode de vie et leurs relations dans le milieu des dockers après leur gain. Plutôt que de changer ses habitudes de vacances et d'aller à l'hôtel après avoir gagné au Loto, telle autre famille, qui pratiquait le camping auparavant, s'achète un camping-car à l'annonce de ses gains... Autrement dit, alors qu'économiquement tout change, on a l'impression que culturellement, rien ne change pour ces gagnants. D'ailleurs ceux-ci « revendiquent volontiers de rester ce qu'ils sont, avec la richesse économique en plus [...] L'avoir ne doit pas supplanter l'être, on a de la richesse, certes, mais on n'est pas devenu un riche pour autant ».

Emmanuelle Zolesio, « Michel Pinçon, Monique Pinçon-Charlot, *Les millionnaires de la chance. Rêve et réalité* », Liens Socio, Les comptes rendus, 2010, mis en ligne le 22 septembre 2010.

1 Pourquoi les gagnants du loto pourraient-ils apparaître comme des transfuges de classe ?

2 Montrez que les gagnants ont utilisé leur argent conformément à leurs valeurs.

3 Expliquez la phrase soulignée.

Objectif : Montrer aux élèves avec un exemple caricatural que la structure de la consommation d'un individu est variable selon son niveau de revenu.

Q1 > Est-ce que quand ton revenu augmente brutalement, la structure de la consommation change ?

Q2 > En utilisant la notion de pouvoir d'achat, expliquez en quoi le gagnant du loto peut accéder à des biens de consommation nouveaux, inaccessibles avant son gain ?

Q3 > Pourquoi ces individus qui deviennent riches du jour au lendemain ne consomment pas la même chose que ceux qui sont riches depuis toujours ?

Q4 > La richesse est-elle uniquement une question d'argent ? Suffit-il de gagner au loto pour devenir un riche ?

Fin : Présentation oral d'un groupe sur l'article des Pinçon-Charlot. Une question par élève.

II. Sociologie

1. Consommer pour s'intégrer, consommer pour se distinguer

Le professeur explique les effets d'imitation et de distinction à partir de texte court librement choisi

- > effet d'imitation
- > effet de distinction

Travail préparatoire phase 2 (sociologie)

Objectif : Expliquez les déterminants sociaux de la consommation

→ Utilisez le terme d'imitation et de distinction pour expliquer pourquoi on pourrait acheter votre objet ?

→ Nuancer votre réponse en fonction de la gamme (bas de gamme, moyenne gamme, haute gamme, luxe)

Oral : Passage de deux groupes

2. La consommation ostentatoire

Le professeur explique ce qu'est la consommation ostentatoire

Définition simplifiée :

→ Réservée à une élite peu nombreuse.

→ Objet non utile en tant que tel (niveau de prestation déconnecté du prix : on paye l'ostentation)

Travail préparatoire phase 2 (suite)

→ Votre objet est-il en général une consommation ostentatoire ? Peut-il le devenir si vous montez en gamme ? Si oui, trouvez des exemples. Si non, trouver un autre exemple qui ne soit pas votre objet.

Oral : Passage d'un groupe à l'oral

3. Les variables sociales de la consommation : âge, genre, milieux sociaux

Le professeur donnera pour un objet simple (les livres ou autre) les variables sociales explicatives de la consommation (âge, genre, milieux sociaux).

Travail préparatoire phase 2 (suite)

1 → Donner les variables explicatives pour l'objet d'un autre groupe.

2 → Échange des fiches et discussions entre les deux groupes.

3 → Correction éventuelle du groupe sur les variables explicatives pour son propre objet

4 → Trouver un document sociologique sur votre objet (exemple : graphiques ou tableau sur la consommation selon les CSP, l'âge, le genre etc., articles de presse sur la consommation de voiture selon le genre etc.)

Détails : Validation par le professeur du document choisit qui doit s'intégrer à la production finale.

5 → Présentation orale sur les déterminants sociologiques de la consommation de leur objet (passage à l'oral de 2 groupes qui présentent en cinq minutes)

PRODUCTION FINALE :

Groupe de 4.

Une publicité sur un objet de consommation de votre choix accompagnée d'une explication qui explique la consommation du produit avec les éléments vus durant les prochaines séances.

Publicité papier, filmée etc (autrement dit avec le support de votre choix). Présentation synthétique écrite (minimum 2 pages)

Précisions :

- > Un seul groupe par produit (objet)
- > Possibilité de création d'une pub sans contraintes de support ni de mode de représentation (possibilité de faire une mini pièce de théâtre)
- > Interdit de plagier des pubs existantes

Objectif :

- 1) Les élèves doivent être capable d'analyser la consommation d'un objet précis avec les notions du cours
- 2) Savoir définir ce que sont : pouvoir d'achat et revenu disponible et montrer comment la consommation d'un objet précis varie selon les prix et le revenus
- 3) Savoir définir et illustrer les notions : effets d'imitation, effets de distinction et consommation ostentatoire
- 4) Être capable d'expliquer que la consommation est socialement différenciée selon l'âge, le genre et le milieu social

Objectifs de savoir-faire :

- 1) Savoir calculer une élasticité
- 2) Savoir distinguer un bien inférieur d'un bien supérieur
- 3) Savoir faire des recherches documentaires
- 4) Savoir justifier ses choix (par rapport à la conception de la publicité et à la synthèse qui l'explique) et savoir argumenter (selon la méthode AEI)

Critères de notation :

Publicité (quelque soit sa forme)

- identification du public (1pt)
- gamme en lien avec le public (1pt)
- ergonomie (1pt)
- slogan visible (1pt)

Note d'investissement // à un cahier de bord (2pts)

Présentation de votre travail avec le support et la modalité de votre choix (14 pts) :

- > Quels sont les publics possibles, expliquer en fonction des variables économiques et sociologiques
- > Quelles sont les gammes possibles ?
- > Les choix sont justifiés : on voit pourquoi cela correspond à ce public en particulier
- > Quels sont les éléments écartés
- > Les deux articles (présentation du document, lien avec le sujet)

Travail réalisé en formation MEEF SES à l'Espé de Grenoble par Aurélie MANON et HAFID ELOUARICHI

> Utilisation des notions du cours

> Orthographe