



Rapport pour l'ADML63 :

Distance entre les citoyens et les porteurs de la doume

Résultats d'une enquête menée sur le Puy-de-Dôme

Ariane Tichit¹ , Nicolas Duracka² et Agnès Roche³

Février 2015⁴

Introduction

L'objectif de ce rapport est d'étudier, à travers les données d'une enquête menée en novembre 2014 sur le Puy-de-Dôme, les potentiels freins à l'adoption d'une monnaie locale citoyenne sur un territoire. Ce travail a obtenu le soutien de la région Auvergne⁵, et vise à aider l'association ADML63 (Association pour le développement de monnaies locales dans le 63), qui a mis en circulation « la doume » en janvier 2015, à définir une stratégie de communication et/ou d'évolution du projet afin d'augmenter la potentielle place du discours de l'ADML dans l'espace public, dans le débat citoyen et sa légitimité à co-construire une représentation avec une large partie des habitants du territoire.

Nous partons du principe que la doume est projet porteur d'une innovation sociale au sens d'une « *réponse nouvelle* » à une situation sociale jugée insatisfaisante (Cloutier 2003). Plus précisément, dans une approche institutionnaliste, on parlera de pratiques qui « *se posent en contraste de pratiques existantes. (...) Nouveau signifie alors non figé, non bridé, et surtout hors normes* » (Chambon et al. 1982). C'est un processus qui entre donc dans « *une logique de rupture contextualisée* » (Besançon et al. 2013) et temporelle.

L'innovation sociale est alors potentiellement porteuse de changement institutionnel. Chez Thorstein Veblen l'institution regroupe « *des habitudes mentales prédominantes, des façons très répandues de penser les rapports particuliers et les fonctions particulières de l'individu et la société* » (Veblen 1970). Pour lui elles sont majoritairement économiques et influent sur les habitudes de pensées individuelles et normalisent les comportements individuels en guidant l'action (les habitudes de faire) et en structurant les rapports

¹ CERDI, Université d'Auvergne

² Laboratoire communication et solidarité, Université Blaise Pascal.

³ Centre de recherche Michel de L'Hospital, Université d'Auvergne.

⁴ Nous tenons à remercier tous les membres d'ADML63 qui ont bien voulu répondre à ce questionnaire, ainsi que les étudiants du M1 DASS qui ont contribué à la création du questionnaire et ont conduit l'enquête auprès de l'échantillon de la population du Puy-de-Dôme.

⁵ Cette étude a bénéficié du soutien financier de la Région Auvergne dans le cadre d'un projet recherche-action en innovation sociale. Les propos et points de vue contenus dans ce rapport n'engagent toutefois que les auteurs et ne reflètent en aucun cas la position officielle de la région sur la monnaie locale.

sociaux. L'ensemble des institutions forment le « complexe culturel », un système plus ou moins cohérent d'habitudes de pensées et de faire qui modèlent l'action individuelle.

Or, nous pensons que ce complexe culturel est très largement habité par les multiples pratiques et représentations des individus y participant et que le mode de régulation de ce complexe est avant tout communicationnel. Voilà pourquoi nous pensons qu'il est important de se pencher sur le rôle de la communication comme « *activité de compréhension réciproque* » (Dacheux 2004). Plus précisément, elle est une activité de construction de sens commun qui est le fruit d'une relation humaine volontaire reposant sur le respect de l'altérité car « *c'est par la communication, la relation aux autres, que se construit l'identité* » (Dacheux 2004). C'est une activité qui nécessite du temps (ce n'est pas un processus instantané) ainsi que de l'espace (trop proches on s'universalise et trop éloignés nous ne sommes plus dans la co-construction) et qui se développe dans un contexte particulier faisant que le sens d'une situation n'est jamais donné mais reste toujours une interprétation propre à nos représentations et à « *chaque monde vécu (qui) constitue une totalité d'ensembles cohérents de sens et de renvois, autour d'un point zéro d'un système de coordonnées, constitué par le temps historique, l'espace social et le champ sémantique* » (Habermas 1985). Ainsi, « *la communication des acteurs est fondamentalement un phénomène de sens* » (Mucchielli 1999) et cela d'autant plus lorsque l'on parle de changement social et d'innovation sociale car nous émettons l'hypothèse qu'il « *n'existe pas d'innovation réussie sans co-construction de connaissances⁶ partagées par l'ensemble des acteurs intéressés au sein d'un espace public* » (Delaforge & Moinet 2008).

D'autre part, Emmanuelle Besançon dans sa thèse (2014) montre très bien que « *la diffusion des initiatives et des pratiques s'étaye systématiquement sur des réseaux de sociabilité multiples liés en particulier à la vie associative, au travail, aux amis ou encore au voisinage. Les individus donc également, jouent un rôle de « passeurs » entre leurs différents réseaux d'appartenance et entre les going concerns dont ils sont les membres* » (p.481). On voit bien alors tout l'enjeu d'une communication qui vise à faciliter une mobilisation de proche en proche qui touchera d'abord le réseau d'acteurs partageant des représentations et des pratiques communes (notamment le réseau associatif). Cet enrôlement nécessaire au processus d'institutionnalisation de l'innovation n'est pas sans rappeler la théorie de l'acteur réseau « *qui permet ainsi de décrire les réseaux sociotechniques au niveau des interactions dynamiques entre acteurs, à partir de l'analyse des négociations encore qualifiées d'opérations de traduction* » (Bardini 1996). Ainsi la sociologie de la traduction nous aide à comprendre que « *l'action locale, dès lors qu'elle est structurée en réseau et relayée à un niveau régional ou national, est tout à fait capable de provoquer des changements institutionnels* » (Guérin 2007). Cette réduction de la distance par un travail de traduction et de communication de proche en proche devrait permettre de repousser la frontière entre adhérents à la monnaie locale et non adhérents. Cette notion a été particulièrement développée par le philosophe allemand Jürgen Habermas. Elle sépare alors le « monde vécu » (ce monde de représentations propre aux citoyens et qui peut être partagé, en association par exemple) et le « système » et pour lui « *l'emprise systémique que le marché du travail et le capitalisme exercent sur la biographie des membres de la population active, que le réseau des administrations chargées de l'assistance, de la régulation et de la surveillance exerce sur les formes de vie de leurs clients, [...], n'est pas brisée par le fait que les systèmes apprennent à mieux fonctionner. Il faut au contraire que les impulsions venues du monde vécu puissent influencer sur l'autorégulation des systèmes fonctionnels* » (Habermas 1985). Dans ce cadre là, l'influence sur l'autorégulation les systèmes, et notamment les institutions, passe par des propositions formulées par des « *espaces publics organisés* » qui, « *de façon autonome devraient développer la combinaison intelligente de pouvoir et d'autolimitation perspicace qui est nécessaire pour sensibiliser les mécanismes*

⁶ Et de sens !

d'autorégulation de l'Etat et de l'économie aux résultats d'une formation de la volonté orientée vers des fins déterminées, qui aille dans le sens d'une démocratie radicale » (Habermas 1985). Autrement dit, si le système ne se modifiera pas seul, il faut que les citoyens, organisés en espace publics autonomes (ou de proximité), agissent en maniant avec subtilité pouvoir d'autolimitation et pouvoir transformateur. Il faut donc que les porteurs d'innovation sociale soient aptes à naviguer entre ces eaux et cultivent un potentiel de traduction qui agira à la frontière du « monde vécu » et du « système ». Les initiatives d'innovations sociales monétaires que sont les monnaies complémentaires contiennent donc potentiellement tous les ingrédients nécessaires à la diffusion de changements institutionnels, en étant des expériences, véhicules de communication, et émergeant d'un groupe constitué en rupture avec le système actuel. Toutefois, comme nous allons le voir dans cet article, ces projets doivent réussir à dépasser un certain nombre de freins potentiels à leur diffusion, afin de pouvoir véritablement impulser des changements.

En France, la création de monnaies citoyennes a été initiée en 2010 avec l'abeille à Villeneuve-sur-Lot et l'occitan à Pezenas (Blanc et Fare 2013). Elles sont maintenant une vingtaine à circuler sur certaines parties du territoire français. Très peu d'études existent pour le moment sur ce type de monnaies en France. Cette contribution est donc un apport majeur à la réflexion autour de la problématique générée par ces projets. Parmi les études que nous avons recensées, la première est celle menée par Marie Fare en 2010 sur les usagers du sol alpin de Grenoble qui fait ressortir le profil socio-démographique particulier des solistes. Une deuxième émane de Jérôme Blanc et Marie Fare en 2014, pour la région Rhône Alpes, et vise à présenter les principes et surtout les modes de fonctionnement financiers de différents dispositifs de monnaie locale, en France, mais également à l'étranger. La dernière est celle commandée, en 2014, par Madame Cécile Duflot alors ministre de l'égalité des territoires et du logement et Monsieur Benoit Hamon ministre de l'Economie Solidaire et de la Consommation. Ils ont en effet lancé une mission d'étude sur les monnaies locales complémentaires et les systèmes d'échanges locaux et leur impact sur le développement économique et social des territoires⁷. A notre connaissance ce rapport est le plus complet à l'heure actuelle sur les monnaies locales en France. Un questionnaire a été envoyé aux 65 projets déclarés en France. En mai 2014, date butoir, 37 questionnaires complets ont pu être analysés. Parmi eux, 17 avaient déjà des monnaies en circulation et 15 n'étaient encore qu'à l'état de projet. Le rapport met en lumière les principaux acteurs à l'origine des 37 projets, leurs valeurs, leur fonctionnement, leur portée, leurs difficultés et les éléments pouvant favoriser leur diffusion. Le rapport met notamment en évidence le problème de la communication au tour de ces projets. Les monnaies locales, qu'elles soient portées par un collectif de citoyens ou une collectivité territoriale (comme les monnaies Sol), peuvent se définir à travers deux caractéristiques essentielles : elles sont convertibles en devises standards (il faut des euros pour obtenir des unités de monnaies locales) et elles portent des valeurs de respect de l'environnement, de solidarité, de partage, d'échange et de relocalisation des activités productives. Le principe est donc de constituer un réseau au sein duquel cette monnaie circule et dont les membres se définissent par le partage des valeurs véhiculées par cette monnaie et la volonté de s'engager dans une démarche de promotion et défense de celles-ci. La doume a les mêmes caractéristiques que la plupart des autres monnaies se définissant comme « locales » ou « citoyennes » en France. Selon la charte de l'association, elle a en effet l'ambition d'être « 1. Porteuse de valeurs éthiques, écologiques, et sociales dans une recherche de mieux être collectif. 2. Un outil pour inciter chacun à mieux comprendre sa façon de produire et de consommer. 3. Un moyen de contribuer à une alternative non-spéculative au modèle économique actuel ». Le but affiché de cette monnaie locale est de favoriser :

⁷ Téléchargeable sur : http://emailing.sol-violette.fr/uploads/assets/SYNTHESE_ENQUETE_MLC.pdf. Accédé en février 2015.

- L'activité et les emplois locaux en privilégiant les productions, les services et les commerces de proximité, dans une démarche de qualité.
- Les pratiques respectueuses de la nature et de notre environnement.
- Les échanges entre acteurs locaux dans un esprit de complémentarité, de coopération et de solidarité.
- L'accès à la qualité des biens et des services au plus grand nombre.
- De bonnes relations et conditions de travail.

Pour atteindre ces objectifs, cette nouvelle monnaie locale s'adresse potentiellement à tous les citoyens du Puy-de-Dôme en tant qu'utilisateurs. En revanche, en l'état actuel du projet, elle vise à n'être acceptée que dans un cercle défini de prestataires (commerçants, artisans, producteurs) dont les activités correspondent aux valeurs de la charte. Ainsi, l'association tend à privilégier les prestataires qui :

- sont indépendants des réseaux de la grande distribution et des groupes transnationaux, et dont l'activité est en majorité intégrée dans l'économie locale,
- emploient des processus écologiques de commercialisation et de production de biens et de services, ou au moins veillent à limiter les nuisances sur le plan environnemental et sanitaire, et pour les productions agricoles, relèvent de l'agriculture paysanne, biologique ou biodynamique
- sont soucieux de développer un commerce équitable, responsable sur le long terme et respectueux des salariés, fournisseurs et clients (au niveau des prix et rémunérations, des relations commerciales et de travail, des droits fondamentaux des personnes...)

Cependant des entreprises et commerces ne répondant pas ces critères pourront être acceptés dans le réseau des prestataires dans la mesure où :

- ils présentent une utilité particulière dans leur contexte local au regard de valeurs de la charte, des services rendus aux usagers et du développement de la doume.
- ils s'engagent dans une démarche active de progression (« défis »)
- leur candidature est validée par le collectif d'animation après examen et proposition du groupe local concerné.

L'objectif de cet article est donc de déterminer, par rapport aux buts affichés et aux caractéristiques du projet, quels sont les facteurs qui peuvent freiner l'adoption de cette monnaie par les citoyens et donc nécessiter une stratégie de communication spécifique et/ou une évolution du projet lui-même.

L'hypothèse de travail que nous avons adoptée est fondée sur une comparaison des réponses à une enquête menée sur le Puy-de-Dôme au mois de novembre 2014, auprès de 392 citoyens et 52 participants à la monnaie locale. Les 392 personnes ont été sondées en face-à-face, alors que le questionnaire a été envoyé par voie électronique aux adhérents de l'ADML63. L'enquête a été volontairement menée avant la mise en circulation de la monnaie locale, afin de mesurer l'écart avant toute véritable diffusion et campagne de communication.

Le premier résultat important que nous obtenons est que **45% des citoyens sondés n'a jamais entendu les termes « monnaie locale» ou « monnaie complémentaire»**. 31% déclarent que « cela leur dit quelque chose », 24% disent être bien au courant ou savoir de quoi il s'agit. **Parmi ceux en ayant entendu parler,**

aucun ne connaît la doume. La monnaie locale du Puy-de-Dôme tente donc de s’implanter sur un terrain quasiment vierge. Une enquête similaire sera conduite l’année prochaine, soit près d’un an après la mise en circulation de la doume, afin de pouvoir mesurer la réduction de la distance que l’existence de celle-ci (ou d’autres monnaies complémentaires) aura peut être produit sur le territoire du Puy-de-Dôme.

La méthodologie utilisée vise à rendre compte de la distance existant entre le grand public et les sympathisants dans trois domaines, qui nous semblent importants pour l’évolution et la possibilité de diffusion du projet de monnaie locale sur le territoire:

1. Les pratiques de consommation et d’épargne
2. L’opinion sur le système économique et les banques
3. Les représentations sociales de la monnaie

A partir de ces éléments, le présent document a comme objectifs :

1. De faire prendre conscience aux porteurs de la monnaie locale de l’écart existant entre eux et les autres citoyens
2. De tirer des conclusions en termes de stratégie de communication pour l’ADML63, et/ou d’évolution potentielle du projet lui-même

Structure du document :

Contenu

1. Présentation de l’enquête	5
2. Pratiques de consommation et d’épargne	Erreur ! Signet non défini.
3. Vision du système économique	8
4. Les représentations sociales de la monnaie	11
5. Les caractéristiques socio-démographiques	17
6. Synthèse et résumé	21
7. Conclusion générale et discussion :	22

1. Présentation de l’enquête

Le questionnaire a été créé en collaboration avec les étudiants du M1 DASS « Droit et Administration du Secteur Sanitaire et Social » de l’école de droit de l’Université d’Auvergne, dans le cadre du cours de « technique d’enquête » animé par la sociologue Agnès Roche. Il comporte 73 questions structurées en 4 grandes parties : la monnaie et l’économie, l’utilisation de la monnaie, le mode de vie et les questions socio-démographiques. Le questionnaire a ensuite été envoyé par voie électronique aux adhérents d’ADML63. Ils disposaient de 3 semaines pour y répondre. 52 personnes sur les 100 adhérents que compte l’association ont fourni des réponses complètes au questionnaire, soit un peu plus de 50% de taux de réponse. Les étudiants ont quant à eux été chargé de faire remplir le questionnaire en face-à-face à un échantillon d’habitants du Puy-de-Dôme.

L'échantillon des citoyens a été constitué selon la méthode des quotas, afin de s'approcher le plus possible de la composition de la population du Puy-de-Dôme en retenant comme critères : le genre, l'âge, la catégorie socio-professionnelle et la zone urbaine ou rurale d'habitation. Les étudiants de la promotion 2014-2015 du M1 DASS étant 33, chacun a enquêté 12 personnes, en tâchant de respecter les proportions des 4 critères précédents. Au final, 392 questionnaires ont été exploitables (4 ont dû être rejetés parce qu'ils étaient incomplets ou comportaient des erreurs). La mise en place de la méthode des quotas a conduit les étudiants à avoir recours de manière assez intensive à leur famille, amis, voisins, connaissances de connaissances afin de pouvoir trouver les personnes ayant les critères correspondants à ce qui était recherché. Toutefois, certains étudiants non originaires de la région et ayant donc moins de réseau ont fait passer le questionnaire à des personnes dans la rue ou au jardin Lecoq, parc central de Clermont-Ferrand. Une petite partie des questionnaires a été remplie en laissant les formulaires aux personnes pour qu'elles les remplissent faute de temps ou de compatibilité d'emploi du temps, ou autres contraintes. Mais la grande majorité des questionnaires a été passée en face-à-face direct ou par téléphone.

Selon l'INSEE (2014)⁸, en se basant sur le dernier recensement effectué en 2011, la population du Puy-de-Dôme est de 635 469 personnes. Nous limitons la population de référence aux personnes âgées de 18 à 80 ans, afin de ne prendre en compte que celles ayant potentiellement une autonomie financière. En effet, avant 18 ans se sont essentiellement les parents qui décident de l'utilisation du budget, et passé 80 ans, beaucoup de personnes sont à la maison de retraite et n'ont donc plus le choix individuel dans leurs dépenses. En éliminant ces deux catégories de la population, nous obtenons environ 500 000 personnes servant de références. Le tableau ci-dessous présente la composition de l'échantillon des enquêtés, comparativement aux proportions sur le Puy-de-Dôme:

Tableau 1. Statistiques comparatives échantillon/population mère

Critère	Echantillon	Population du Puy-de-Dôme
Nombre de personnes	392	500 000
Homme/femme	52% femmes	51% femmes
Ruraux/urbain	26% ruraux	30% ruraux
Agriculteurs	1,53%	1,40%
Artisans/commerçants	4,1%	3,65%
Cadres	12,2%	8,20%
Profes. intermédiaires	17,85%	14,30%
Employés	21,2%	17%
Ouvriers	10,5%	13,83%
Inactifs	17,86%	10,70%
Retraités	20%	30,94%
18-24 ans	13,26%	12,80%
25-39 ans	26,53%	24,36%
40-54 ans	28,82%	27,57%
55-64 ans	16,32%	18,43%
Plus de 65 ans	17,1%	16,84%

Il apparaît qu'avec la méthode des quotas utilisée, les proportions de la population mère sont globalement respectées sur les 4 critères considérés, l'exception étant les retraités, moins représentés dans notre échantillon. L'échantillon sous-représente également quelque peu la population rurale. Mais nous pouvons

⁸ http://www.insee.fr/fr/themes/donnees-locales.asp?ref_id=evo2011&typgeo=DEP&search=63

dire que dans l'ensemble, les 392 personnes enquêtées sont représentatives des habitants du Puy-de-Dôme selon nos quatre critères principaux.

2. Pratiques de consommation et d'épargne

Une grande divergence apparaît sur l'utilisation de la monnaie entre les citoyens et les participants à la monnaie locale, tant au niveau de la consommation que de l'épargne.

Tout d'abord, sur 9 produits de consommation courante, plus de 5 sont achetés en supermarché par les citoyens⁹, contre moins de 2 parmi les adhérents. Le recours aux magasins bio et AMAP concentrent plus de 4 produits sur 9 pour les ADML contre moins de 1 pour les citoyens. Lorsque l'on interroge les personnes sur les raisons de leur choix de ces lieux de consommation, les citoyens répondent à 21% qu'ils vont au moins cher, contre 6% des ADML, alors que 62% des participants à la monnaie locale privilégient la qualité, contre 21% des enquêtés. Une grande différence est également perceptible en ce qui concerne la provenance des produits car 81% des ADML se déclare très sensible à la provenance des produits, contre 27% des citoyens. Ainsi, globalement il s'avère que les pratiques de consommation des adhérents à la monnaie locale sont en adéquation avec la charte et les valeurs de l'association.

Lorsque l'on regarde de plus près les éléments de l'enquête on s'aperçoit que les pratiques de consommation diffèrent largement entre adhérents et non adhérents. Lorsque les premiers se dirigent généralement vers les structures d'alimentation biologique et vers les AMAP pour privilégier la qualité, les seconds se dirigent vers les supermarchés afin de privilégier le coût.

C'est donc un point central de divergence qui risque de freiner l'innovation car sa dimension sociale réside ainsi dans « *sa dimension relationnelle induite par l'intensité des interactions et l'ampleur des réseaux sociaux mobilisés* » (Richez-Battesti 2008). C'est-à-dire que c'est par le contact, l'échange et les interactions multiples que les individus créent du commun. Or, quand les adhérents d'ADML vont dans les AMAP et les magasins bios les individus non adhérents vont plutôt au supermarché et fréquentent des lieux différents. La connexion des réseaux étant faible le risque de distance est plus fort.

La promotion de la qualité des produits, de leur provenance et de leur caractère biologique est donc un premier frein à une dynamique de communication. En effet communiquer nécessite de créer un « lieu commun » favorisé par le partage de sens et de représentations. Les éléments précédents apparaissent moins comme une préoccupation des citoyens que des adhérents à la monnaie locale, et peuvent donc difficilement être utilisés comme objets de communication.

Il apparaît également une divergence quant au positionnement vis-à-vis de l'épargne. En effet, les adhérents semblent moins épargner que les autres citoyens : 12% d'entre eux n'épargnent pas car ils ne jugent pas cela utile, contre 3% chez les citoyens. Par contre les deux groupes disent épargner essentiellement pour les coups durs. Ce qui laisse à penser que les gens d'ADML perçoivent moins l'épargne comme une manière de se protéger pour l'avenir. Ceci semble corroboré par le fait que 65% d'entre eux conseilleraient aux générations futures de vivre au jour le jour, contre 13% des citoyens, qui eux, à 87% conseilleraient aux générations futures d'épargner le plus possible, contre 35% des ADML. Il semblerait donc que les participants aux monnaies locales voient moins l'épargne comme un moyen

⁹ Ce résultat fait écho à une étude de l'Insee du 22 janvier 2015 « Le temps des courses », qui montre que 75% des dépenses alimentaires des français ont lieu dans les supermarchés.

d'assurer son avenir que les autres citoyens. Deux raisons pourraient expliquer cette divergence de positionnement : soit les adhérents sont plus optimistes quant à l'évolution de leur propre situation et/ou à la situation économique globale, d'où l'inutilité d'épargner, soit ils font moins confiance aux banques, et donc à l'épargne. La première proposition est largement contredite car 88% des participants à l'ADML63 pensent que la situation économique mondiale va se dégrader, contre 51% des citoyens. 61% pensent également que leur propre situation va se dégrader, contre seulement 35% des citoyens. Ainsi, les adhérents à la monnaie locale sont plus pessimistes que les autres citoyens sur l'avenir. Toutefois, cela ne se traduit pas par un recours plus important à l'épargne, bien au contraire. Ainsi, il est probable que ceci vienne du fait qu'ils ont moins confiance en l'argent, car ils sont plus critiques vis-à-vis des banques. En effet, 96% des adhérents d'ADML63 ont une mauvaise ou très mauvaise opinion des banques, alors que 44% des citoyens en ont une assez ou très bonne opinion. De même, 48% des participants à la monnaie locale n'a pas vraiment confiance en la capacité des banques à restituer leur argent, alors que 77% des autres citoyens leur font confiance sur ce point. Ainsi, les adhérents font moins confiance à la monnaie pour assurer leur avenir que les non adhérents. De notre point de vue, ceci peut provenir du fait que les adhérents, par la rupture qu'ils portent, accordent à la monnaie une valeur symbolique très largement amputée par leur capital de connaissance. Cela peut être rattaché à leurs visions du système économique. En effet, le capital de connaissances accumulées au sujet de la monnaie est beaucoup plus riche pour les adhérents que pour les non adhérents, comme nous allons le voir dans la section suivante.

3. Vision du système économique

Certaines questions présentes dans le questionnaire nous permettent de définir les contours de l'opinion des citoyens et des adhérents à la monnaie locale sur le système actuel. Là aussi, le contraste est saisissant entre les deux sous-populations.

Figure 1. Opinion sur la spéculation

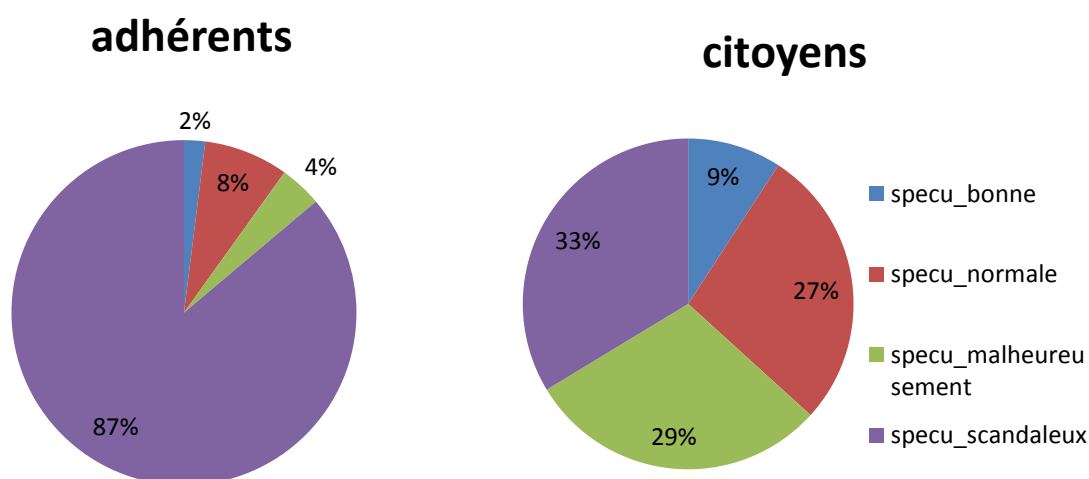


Figure 2. Opinion sur l'économie de marché et le système capitaliste

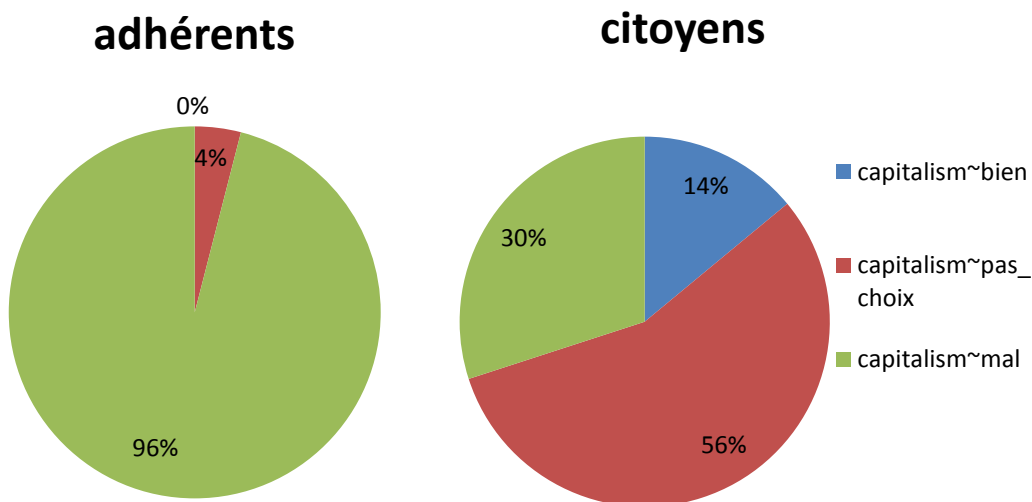
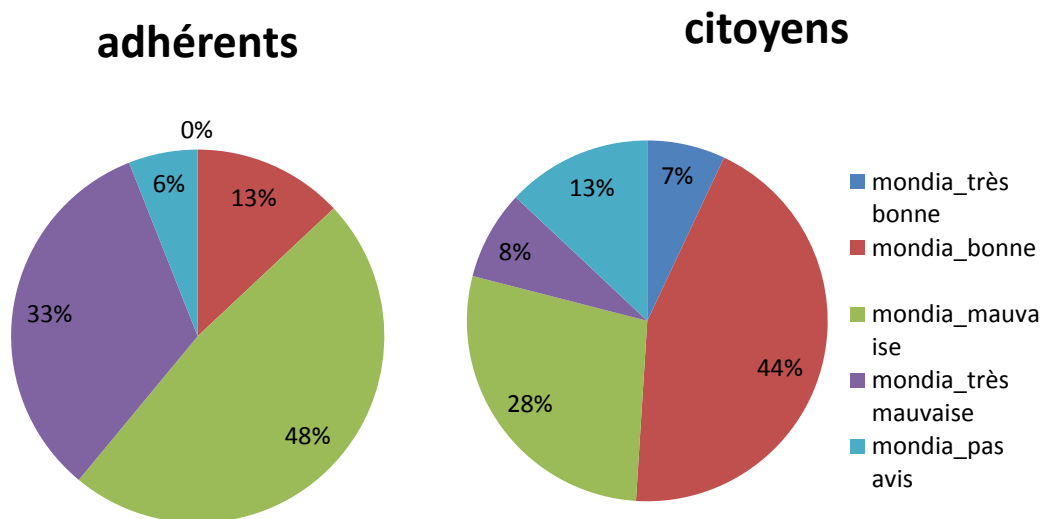


Figure 3. Opinion sur la mondialisation



A la vue de cette série de 3 graphiques, il apparaît clairement que les adhérents d'ADML63 ont une opinion beaucoup plus négative de la spéculation, de la mondialisation et du système capitaliste que les autres citoyens. En particulier en ce qui concerne le système capitaliste, aucun des participants à la monnaie locale ne déclare penser que c'est un bon système, contre 14% chez les citoyens. De même, la majorité (56%) de ces derniers considèrent que c'est « un système qui fonctionne plutôt mal mais qu'il faut conserver car il n'y a pas d'alternatives ». Les deux sous-populations se rejoignent donc dans leur insatisfaction vis-à-vis du système, à la différence que les adhérents à la monnaie locale à 96% répondent que c'est « un système qui fonctionne mal et qu'il faut abandonner », laissant à penser qu'il est possible d'avoir recours à un autre type d'organisation, contrairement aux autres citoyens. Enfin, pour ce qui est de la mondialisation, 81% des

adhérents la considère comme une « mauvaise » ou « très mauvaise chose », alors que 64% des autres citoyens en ont une « bonne » ou « très bonne » opinion, ou n'ont pas d'avis.

Toutefois, étant donné que le terme « mondialisation » est très vague et peut correspondre à des choses très différentes pour les citoyens, une question ouverte nous permet d'en savoir un peu plus sur ce que les personnes ont en tête lorsque qu'on les interroge sur ce terme.

La question 3 est une question ouverte de libre association sur le terme « mondialisation », à concurrence de 5 mots et sans classification a posteriori. 19 personnes n'ont pas répondu à cette question, uniquement des non-adhérents à la monnaie locale.

Tableau 2. Statistiques descriptives sur le mot inducteur « mondialisation »

	Non-adhérents	Adhérents	Total
Nombre de répondants	373	52	425
Nombre de mots	1204	221	1425
Nb moyen de mots par répondant*	3,68	4,52	3,82
Nombre de mots distincts	459	156	555
Pourcentage de mots distincts	38,0	70,0	39
Nombre de hapax ^{10*}	323	124	397
Pourcentage de hapax	27,0	56,0	27,9

*La différence de moyenne entre les deux groupes est statistiquement significative à un seuil de risque de moins de 1%.

Les adhérents d'ADML63 donnent en moyenne plus de mots que les citoyens (4,52 contre 3,68). Ils ont donc un capital social plus étendu. Lors de cette question il n'a pas été demandé aux personnes interrogées d'effectuer un classement. Une analyse rang/fréquence n'est donc pas possible. En revanche, nous avons mené une analyse de spécificité (grâce au logiciel R.Temis) qui permet de dégager les différences significatives de fréquence de termes entre les deux sous-groupes (le détail est présenté dans le tableau.. en annexe):

Tableau 3. Mots liés à « mondialisation » statistiquement représentatifs des deux sous-groupes à un risque d'erreur de 10%

Mots typiques du groupe des citoyens	fréquence	Mots typiques des adhérents	fréquence
commerce	51	appauvrissement	5
échanges	111	uniformisation	6
économie	35	destruction	2

¹⁰ Un « hapax » est un mot qui est présent une seule fois dans un corpus. En général, dans les corpus standards, 150% des mots environ sont des hapax. La moyenne sur les deux groupes correspond environ à cette statistique.

monde	35	esclavage	2
concurrence	27	hypocrisie	2
pays	20	indifférence	2
europe	15	perte	2
frontières	12	Perte des identités	2
		spéculation	6
		altermondialisme	2
		arnaque	2
		corruption	2
		mafia	2
		transports	2
		exploitation	5
		danger	3

Le contraste entre les deux sous-groupes de répondants est ici frappant. En effet, les termes utilisés massivement par les citoyens sont neutres : les 8 termes représentatifs du groupe (commerce, échanges, économie, monde, concurrence, pays, Europe, frontières) ne contiennent aucun jugement de valeur, si ce n'est peut-être « concurrence » qui pourrait avoir, pour certains, une connotation positive ou négative. Mais globalement, les citoyens ont une vision sans partis-pris de la mondialisation. En revanche, les 16 termes statistiquement représentatifs des adhérents d'ADML63, sont essentiellement liés à une vision négative de ce phénomène : appauvrissement, uniformisation, destruction, esclavage, hypocrisie...). Cette analyse lexicale de la question ouverte sur la mondialisation vient renforcer le constat fait à propos de la question fermée, et montrent que les réponses sur ce point sont très cohérentes : les adhérents ont une mauvaise opinion de la mondialisation et les mots qu'ils y associent sont très négatifs, alors que les citoyens en ayant plutôt une bonne opinion ou pas d'opinion y associent des termes neutres.

Ces constats constituent un point central en termes de communication. En effet, alors que depuis 1789 le capitalisme est l'institution sociale dominante, et qu'aujourd'hui elle est présente jusque dans nos projections symboliques, les adhérents sont en « rupture » contextualisée. Et ceci constitue leur principale faiblesse de communication.

Nous abordons maintenant une des questions centrales du questionnaire, précieuse pour la stratégie de communication des monnaies locales, celle des représentations sociales de la monnaie.

4. Représentations sociales de la monnaie

De manière standard en psychosociologie, l'étude des représentations sociales et la recherche du noyau de celles-ci se fait sur la base d'entretiens ou d'enquêtes. Parmi les différentes méthodologies possibles, la méthode que nous avons adoptée comporte deux étapes. La première consiste à demander aux personnes les mots leur venant à l'esprit lorsqu'on leur dit « monnaie » à concurrence de 8 mots maximum. La seconde leur demande de classer les mots qu'elles viennent de donner du plus important au moins important. Cette méthode nous permet d'effectuer une analyse rang/fréquence qui révèle les différents mots composant le cœur (ie. Le noyau) de la représentation sociale, ainsi que les éléments à la périphérie proche et lointaine. Selon Abric (2003b, 2003d) la structure d'une représentation sociale d'un objet peut être décrite à travers un tableau à 4 cases du type :

Tableau 4. Composantes d'une représentation sociale

	Rang moyen faible ¹¹	Rang moyen fort ¹²
Fréquence forte	Noyau central (NC, RS1)	1 ^{ère} Périphérie (RS2)
Fréquence faible	Zone ambiguë (RS3)	2 ^{ème} Périphérie (RS4)

En prenant appui sur ce tableau, nous visualisons quatre cas de figure :

Case 1 – Zone du noyau : une fréquence forte et un rang moyen faible ;

Case 2 – Première périphérie : une fréquence forte et un rang moyen fort ;

Case 3 – Éléments contrastés (zone ambiguë) : une fréquence faible et un rang moyen faible ;

Case 4 – Seconde périphérie : une fréquence faible et un rang moyen fort.

La case 1 est celle susceptible de détenir les principaux éléments de la représentation. La case 4 est la périphérie lointaine, ce qui peut être transformé sans changer fondamentalement la représentation elle-même. Vergès (1994), quant à lui, interprète l'ambiguïté des cases 2 et 3 comme une « zone potentiellement déséquilibrante, source de changement » (p. 238) possible de la représentation. À propos des items de la case 3, Abric (2003d) mentionne qu'ils peuvent « révéler l'existence d'un sous-groupe minoritaire porteur d'une représentation différente, c'est-à-dire dont le noyau central serait constitué par l'élément (ou les éléments) présent dans cette case, en sus du noyau central repéré dans la case 1 » (p. 64).

Avant de procéder à l'analyse des représentations sociales de la monnaie sur nos deux groupes d'enquêtés, le tableau ci-dessous présente tout d'abord quelques statistiques descriptives générales:

Tableau 5. Statistiques descriptives sur le mot inducteur « monnaie »

	Non-adhérents	Adhérents	Total
Nombre de répondants	392	52	444
Nombre de mots cités	1764	356	2120
Nb moyen de mots par répondant*	4,50	6,85	4,75
Nombre de mots distincts	383	181	485
Pourcentage de mots distincts	21,7	50,8	22,9
Nombre de hapax ¹³	237	126	313

¹¹ Le rang d'un mot est considéré comme « faible » lorsqu'il est inférieur au rang moyen de l'ensemble des mots.

¹² Le rang d'un mot est considéré comme « fort » lorsqu'il est supérieur au rang moyen de l'ensemble des mots.

Pourcentage de hapax	13,4	35,4	14,8
----------------------	------	------	------

*La différence de moyenne entre les deux groupes est statistiquement significative à un seuil de risque de moins de 1%

Un premier constat émanant de ce tableau est qu'en moyenne les participants à la monnaie locale ont donné plus de mots que les citoyens.

Tableau 6. Les 30 termes liés à « monnaie » les plus fréquemment cités

Mots	fréquence	Mots	fréquence
argent	270	pouvoir	23
pièces	159	liquide	18
échange	140	sous	18
euro	139	travail	18
billet	61	devise	16
achat	45	portemonnaie	16
banque	45	espèces	14
économie	45	pauvreté	14
richesse	38	payer	14
dollar	33	spéculation	14
franc	32	or	13
commerce	28	consommation	12
valeur	29	fric	11
dépense	27	sécurité	14
paiement	26	troc	11

Cependant, si nous pensons, à la vue des analyses précédentes, que les adhérents et les autres citoyens sont très distincts, il est probable que les éléments constitutifs de ce qu'est la monnaie pour chacun des groupes soient également distincts. Nous séparons ainsi les deux sous-populations afin de pouvoir analyser les mots communs et distincts entre les deux groupes, ainsi qu'effectuer une analyse rang/fréquence afin de déterminer les différents éléments constituant la représentation sociale de la monnaie dans les deux groupes.

Suivant les définitions et la méthodologie d'Abric, nous avons déterminé que le noyau central de la représentation de la monnaie chez les citoyens est composé de 36 termes alors qu'il n'en comporte que 15 chez les adhérents. Ainsi, même si en moyenne les adhérents associent plus de mots à la monnaie que les citoyens, le noyau central est plus dense, plus concentré, chez les adhérents.

Nous avons ensuite procédé à une comparaison systématique de la présence ou de l'absence de mots communs entre les deux groupes dans les différentes parties de la représentation sociale (RS pour la suite) de la monnaie. La synthèse de cette démarche est consignée dans le tableau ci-dessous :

¹³ Un « hapax » désigne un terme qui n'apparaît qu'une seule fois dans un corpus. En règle générale, les hapax représentent plus de 50% d'un corpus. Ici les pourcentages sont plus faibles du fait que notre corpus ne comporte pas de phrases mais seulement des mots sur un thème bien précis.

Tableau 7. Synthèse des résultats de l'analyse des représentations sociales de la monnaie

Citoyens	Adhérents
Mots centraux de la représentation communs aux deux groupes	
argent, pièce, échange, banque, économie, commerce, valeur, pouvoir, payer, consommation	
Mots centraux pour un groupe et complètement absents de la représentation pour l'autre	
dépense, fric, pays, banque de France, inflation, placement, abba, bourse, course, bonheur	locale
Mots centraux pour un groupe et à la périphérie lointaine pour l'autre	
dollar, franc, sous, prix	
Mots centraux pour un groupe et à la périphérie proche pour l'autre	
euro, billet, richesse, travail, porte-monnaie, spéculation, paiement, liquide, espèce, sécurité, salaire, besoin	troc, finance, liberté, acheter
Mots communs à la périphérie proche	
achat, devise, pauvreté, or, épargne, inégalité, pouvoir d'achat, dette, indépendance, marché, répartition, solidarité, vivre, moyen, outil, métal	

La première case du tableau 7 nous montre que 10 mots font partie de la RS de la monnaie pour les deux groupes. Ces termes font essentiellement référence aux caractéristiques (argent, pièce, banque, économie) et aux fonctions (échange, commerce, valeur, pouvoir, payer, consommation) de la monnaie.

Nous avons ensuite listé les mots qui sont dans la catégorie du NC pour les adhérents à la monnaie locale, mais pas pour les citoyens. Seul le terme « locale » est totalement absent des associations faites avec le mot « monnaie » par les citoyens. Alors que les monnaies complémentaires « locales » ont un recours massif à ce terme, cela ne fait en rien écho aux autres citoyens, qui n'associent, pour le moment, aucunement la monnaie à quelque chose de « local ». Il est possible de tirer deux conclusions opposées de ce constat en termes de communication :

- Soit il faut maintenir le mot « local » pour que petit à petit, avec la diffusion et l'acceptation de ces nouvelles monnaies ce terme entre peu à peu dans les RS des citoyens
- Soit il faut l'éviter dans un premier temps et lui préférer certains termes déjà présents et qui correspondent aux valeurs portées par les projets de monnaies locales (voir ci-dessous)

Certains mots au cœur de la RS des adhérents sont en effet également présents dans celle des autres citoyens, mais à la périphérie (catégorie 2 ou 3). Il s'agit de : troc, finance, liberté, acheter. Toutefois, le terme « acheter » se rapproche fortement d'achat, qui lui est en catégorie 2 pour les deux sous-groupes. Dès lors, si l'on pense comme Abric que les mots dans les catégories 2 et 3 sont susceptibles de faire bouger les représentations sociales, alors les mots « troc », « finance », et « liberté » faisant partie du NC de la monnaie pour les adhérents, et présents dans les cases 2 & 3 des autres citoyens peuvent être des mots utiles à l'évolution des RS du plus grand nombre.

Ensuite nous avons listé les termes composant le NC pour les citoyens mais exclus de celui des adhérents. Certains sont présents à la périphérie pour les participants à la monnaie locale. Si l'on suppose qu'originellement les adhérents partaient de la même RS que les citoyens non initiés à la monnaie locale, alors il est possible que ces mots, faisant initialement partie du NC ont migré vers la périphérie pour les adhérents. Il est intéressant de noter que parmi ces mots on trouve le travail et le salaire, cœur de la RS pour les citoyens, et désormais à la périphérie pour les adhérents. Ceux-ci ont donc quelque peu dissocié le travail et le salaire de la monnaie. Idem pour besoin, richesse, spéculation et sécurité.

Certains éléments du NC des citoyens sont également absents de la RS des adhérents. Parmi ceux-ci on trouve notamment pays, placement, bourse, banque de France, inflation et bonheur. Ainsi, pour les adhérents, la monnaie semble désormais moins symboliser l'attachement à une nation et à ses institutions.

Enfin, la dernière ligne du tableau 7 liste les mots communs aux catégories 2 & 3 de chacun des groupes. Si à nouveau on se réfère à la pensée d'Abric les mots présents à la périphérie peuvent permettre de modifier les RS. Parmi ceux-ci, « pauvreté » « inégalité » « dette » « répartition » et « solidarité », nous semblent porter les valeurs défendues par les monnaies locales. Ainsi, l'utilisation plus intensive de ces mots dans la communication du projet de monnaie locale pourrait peut-être rapprocher les deux sous-populations dans un langage commun.

Il apparaît néanmoins que les mots présents dans le noyau central de la monnaie dans les deux groupes sont assez neutres d'un point de vue de l'opinion, et que les éléments positifs ou négatifs se situent plutôt à la périphérie et sont peu nombreux. La monnaie apparaît donc comme un mot inducteur de termes qui définissent plutôt son utilité, ses fonctions, ses caractéristiques physiques, et assez peu de sentiments et d'avis.

Toutefois, étant donné que le mot le plus fréquemment associé à « monnaie » est « argent », il est probable que ce terme-ci soit plus inducteur de sentiments. Une question à choix multiple a donc été proposée afin de compléter l'analyse. A la question « Que représente essentiellement pour vous l'argent ? », les enquêtés étaient invités à choisir 2 mots dans la liste suivante, composée de 4 mots plutôt connotés positivement, et 4 plutôt négativement :

- L'épanouissement - Le pouvoir - La sécurité - La réussite
- L'injustice - La nuisance - La corruption - Le conflit

Pour 70% des citoyens l'argent est associé à la sécurité (contre 42% des adhérents) et pour 33% à la réussite (contre 42% et 4% des adhérents, respectivement), alors que 38% des participants et à la monnaie locale l'associent à l'injustice et 37% à la corruption (contre 17 et 18% des citoyens, respectivement). Ces résultats amènent donc à constater que les adhérents à l'ADML63 ont une opinion beaucoup plus négative de l'argent, car ils l'associent à des phénomènes beaucoup plus sombres (corruption et injustice) que les autres citoyens qui le relient plutôt à la sécurité et la réussite.

Pour compléter cette étude, nous avons ensuite effectué une analyse de spécificité sur les mots induits par le terme « monnaie ». Contrairement à l'exploration rang/fréquence précédente, cette méthode a comme avantage de prendre en compte la différence de taille de l'échantillon entre les adhérents et les citoyens. Elle permet ainsi de raisonner sur les mots dont la fréquence est spécifique pour une sous-population par rapport à une autre. Les résultats obtenus (avec le logiciel R.Temis) sont les suivants :

Tableau 8. Analyse de spécificité des termes associés au mot « monnaie », à un risque d'erreur de 10%

Mots spécifiques des citoyens	fréquence	Mots spécifiques des adhérents	fréquence
argent	251	spéculation	8
euro	133	locale	4
pièces	145	échanges	36
dollar	32	Or	6
dépenses	20	répartition	3
franc	21	finance	4

pauvreté	6
desinge	2
dette	2
doume	2
échanger	2
fluidité	2
rendrelamonnaie	2
temps	2
achat	9
acheter	3
liberté	3
injustice	2
Lien	2
outil	2
pauvre	2
Troc	4

Les résultats montrent que seuls six mots sont vraiment représentatifs des citoyens : argent, euro, pièces, dollar, dépenses et franc, qui sont des termes neutres. En revanche, 22 mots (à un risque d'erreur de 10%) apparaissent comme définissant le groupe des adhérents. Parmi ceux-ci, certains sont beaucoup plus connotés. Le premier terme le plus significatif est spéculation, puis locale, puis échanges. On trouve également pauvreté, pauvre, dette, injustice mais également liberté, répartition, lien... Ceci montre que les participants au projet de monnaie locale associent significativement plus de mots porteurs de valeurs à la monnaie que les autres citoyens. Ceci rejoint les conclusions des rapports des étudiants sur les entretiens qu'ils ont menés pour l'enquête et qui soulignent que beaucoup d'enquêtés ne perçoivent pas le lien entre la monnaie, leur mode de consommation, leur opinion sur le système, etc... Cela montre bien que pour le moment, pour la plupart, la monnaie reste un objet neutre, ne véhiculant pas de valeurs. Le capital de connaissances des membres d'ADML est donc très distinct de celui des autres citoyens, et ceci a deux effets cumulés.

Tout d'abord, il est important de comprendre qu'en communication le mécanisme de l'intercompréhension supporte des charges assez faibles. Alors, dans la mesure où des mondes vécus se distancient (adhérents et non adhérents) les efforts à fournir sont plus importants afin d'arriver à l'intercompréhension (Habermas 1985). Autrement dit, le fait que le capital de connaissance soit si distinct demande un effort plus important aux différents acteurs de la communication. Notamment lorsque l'on parle du langage car par ce médium la coordination demande du temps et de l'altérité.

Par ailleurs, à un certain niveau de complexité il est nécessaire de changer de médium et de remplacer le langage par un médium symbolique chargé de codes et de normes connus de tous. Or, « *les fonctions de la reproduction matérielle se prêtent tout particulièrement à un tel délestage, dans la mesure où elles n'exigent pas, par leur nature, d'être remplies par des actions relevant de la communication (langagière)* » (Habermas 1985; Smelser & Parsons 1956). Ces médiums, même si ils sont appauvris et standardisés, « *coordonnent des actions spécifiquement liés à leur fonctions* » (Habermas 1985) et « *le médium de l'argent suffit manifestement à ces conditions d'un langage de régulation doté d'un code spécifique. Il s'est séparé du langage normal en tant que code spécial, taillé à la mesure de situations standardisées (l'échange), qui conditionne les décisions pratiques, et ce d'une façon qui assure efficacement la coordination, en vertu*

d'une structure préférentielle qui fait partie de ce code, sans qu'il soit nécessaire de recourir aux ressources du monde vécu » (Habermas 1985). Or, dans le cas de la doume, ce médium symbolique n'est pas réellement partagé et facilite encore moins la construction d'un sens commun nécessaire à l'émergence de l'innovation de la monnaie locale. Ainsi, il existe un fossé entre adhérents et non adhérents que l'utilisation du médium symbolique monnaie ne pourra pas combler car lui aussi souffre d'une représentation différente. D'autant que lorsque l'on interroge les personnes sur ce qu'elles pensent être l'objectif principal d'une monnaie locale, 30% des citoyens comme des adhérents, répondent « redynamiser l'économie locale ». Par contre, pour les ADML63, viennent ensuite les réponses : « faire réfléchir aux usages de la monnaie » (25%), « éviter la spéculation » (20%), « promotion de certaines valeurs éthiques et environnementales » (19%). Alors que la seconde et quasi unique autre réponse des citoyens est « Renforcer une identité régionale » (25%), choisie seulement par 2% des adhérents.

Ainsi, les deux groupes convergent dans leur vision de ce que doit accomplir une monnaie locale uniquement sur le volet redynamisation de l'économie locale. Ceci ouvre donc la possibilité à l'association de se recentrer sur ce premier but affiché, commun avec les autres citoyens.

Pour terminer, et toujours dans l'idée de contribuer à la prise de conscience de la spécificité des adhérents à la monnaie locale, nous présentons quelques statistiques socio-démographiques caractérisant les deux groupes d'enquêtés.

5. Caractéristiques socio-démographiques

Les questions portant sur les caractéristiques socio-démographiques montrent que le sous-groupe des personnes d'ADML63 ayant répondu au questionnaire est bien distinct de la population enquêtée sous bien des aspects. Quelques graphiques illustrent les principales différences significatives entre les deux groupes :

Figure 4. Age moyen

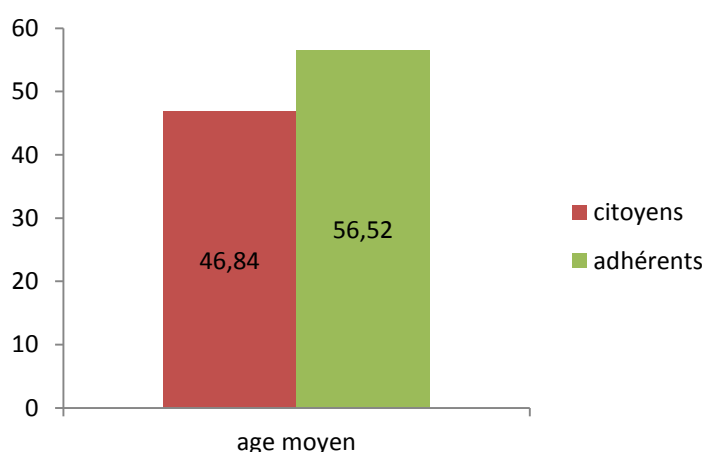


Figure 5. Catégories socio-professionnelles

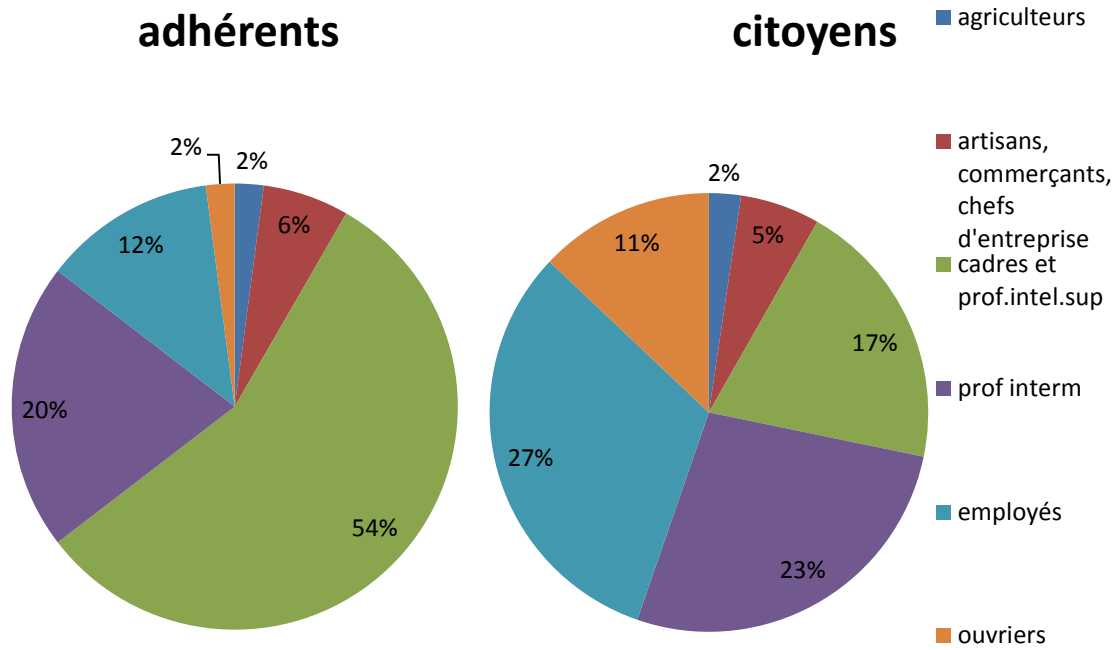
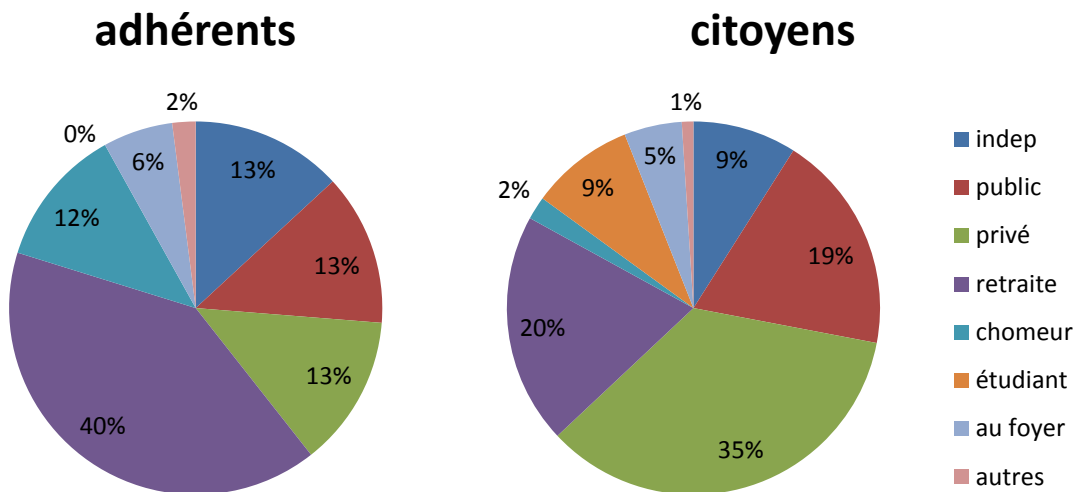


Figure 6. Statuts



Les participants à l'ADML63 ayant répondu au questionnaire sont donc légèrement plus âgés que la moyenne des enquêtés, sont proportionnellement plus nombreux à la retraite et font plutôt partie de la catégorie des cadres et professions intellectuelles supérieures, alors que pour les citoyens le salariat dans le

privé domine, et les employés et ouvriers sont en proportion plus nombreux que pour l'échantillon de l'ADML. La part de chômeurs est également plus élevée pour l'ADML63 (12% contre 2% chez les enquêtés).

Deux autres caractéristiques montrent les spécificités des adhérents : le niveau d'éducation et le revenu par unité de consommation du ménage :

Figure 7. Niveaux d'éducation

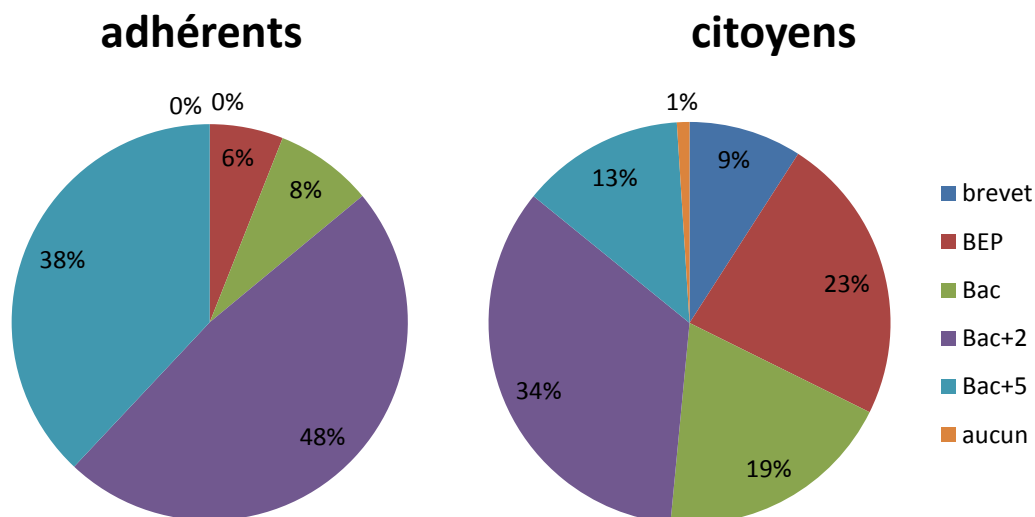
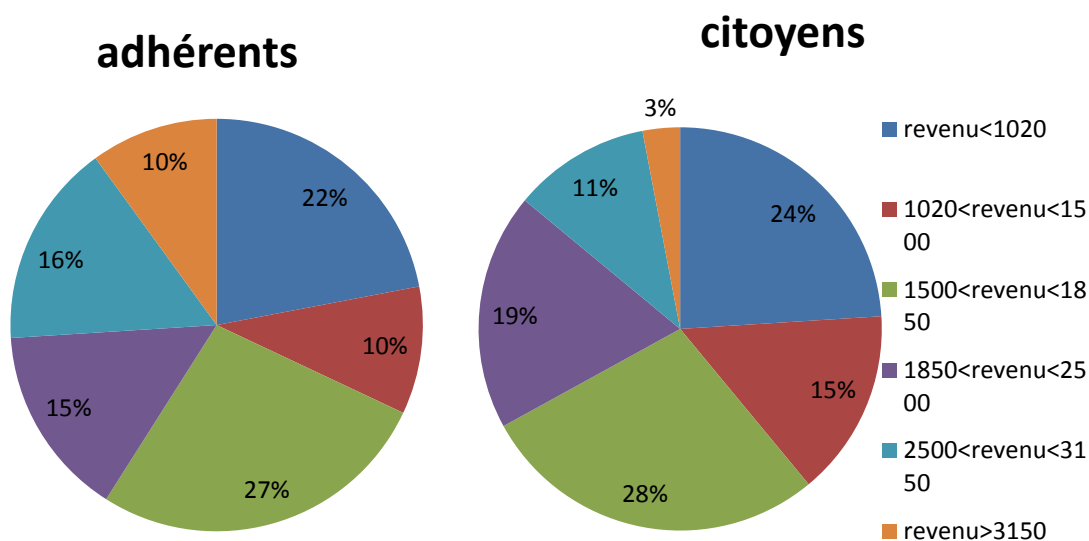


Figure 8. Niveaux de revenu par unité de consommation du ménage



Les différences significatives d'un point de vue statistiques montrent que les adhérents d'ADML ont en moyenne des niveaux d'éducation supérieurs aux citoyens, plus de 86% ayant plus d'un bac+2 contre 48% chez les citoyens. De même, en termes de revenu par unité de consommation, les membres d'ADML63 ont une proportion de gens qui ont des revenus par tête supérieurs à 1850€ (41%) plus élevée que les enquêtés

(33%). Ces résultats rejoignent ceux obtenus par Marie Fare en 2010 sur les utilisateurs du sol alpin, hormis le fait que les solistes apparaissent comme plus jeunes (les deux tiers ayant entre 25 et 34 ans).

Pour les autres caractéristiques du type taille du ménage, nombre d'enfants, situation familiale, genre, aucune différence significative n'émerge entre les groupes. Il apparaît également que les participants à la monnaie locale habitent également plus à la campagne, plus en maison et sont plus propriétaires que les personnes enquêtées sur le Puy-de-Dôme. Il convient toutefois de garder à l'esprit que notre échantillon comparatif de citoyens sous-représente le milieu rural. Enfin, une dernière question a trait à l'attachement au territoire du Puy-de-Dôme, mais aucune différence frappante n'apparaît entre les deux groupes. En revanche, les adhérents d'ADML se sentent très majoritairement « citoyens du monde » (73%), alors que les citoyens interrogés se sentent avant tout français (48%).

1. Synthèse et résumé

Les principaux résultats de notre analyse peuvent être consignés dans un tableau de synthèse :

Tableau 9. Synthèse des principaux résultats

Citoyens	Participants à la doune
Modes de consommation	
Majoritairement en supermarché	Majoritairement en AMAPs ,magasins locaux et bios
Peu de produits bios et locaux	Beaucoup de produits bios et locaux
Privilégient les prix bas	Privilégient la qualité
Assez ou un peu sensibles à la provenance	Très sensibles à la provenance des produits
Epargne	
Epargnent le plus possible	Epargnent peu car ne jugent pas cela utile
Pour les coups durs	Pour les coups durs
Conseillent de mettre le plus possible de côté	Conseillent de profiter de la vie
Assez confiants dans la capacité des banques à leur restituer leur argent	Méfiant dans la capacité des banques à leur restituer leur argent.
Opinions sur le système actuel	
spéculation	
normale ou malheureuse mais on ne peut pas faire autrement	scandaleuse et ne devant pas exister
mondialisation	
plutôt une bonne chose	plutôt une mauvaise ou très mauvaise chose
système capitaliste et économie de marché	
fonctionne plutôt mal mais qu'il faut conserver faute d'alternative	Fonctionne mal et qu'il faut abandonner
Peu nombreux à être pessimistes sur l'évolution de la situation économique globale et la leur à l'avenir	Pensent massivement que la situation économique globale et la leur vont se dégrader à l'avenir
Opinions sur les banques	
Assez bonne opinion	Très mauvaise opinion
Représentation sociale de la monnaie	
Mots centraux de la représentation communs aux deux groupes	
argent, pièce, échange, banque, économie, commerce, valeur, pouvoir, payer, consommation	
Mots centraux pour un groupe et complètement absents de la représentation pour l'autre	
dépense, fric, pays, banque de France, inflation, placement, abba, bourse, course, bonheur	locale
Mots centraux pour un groupe et à la périphérie lointaine pour l'autre	
dollar, franc, sous, prix	
Mots centraux pour un groupe et à la périphérie proche pour l'autre	
euro, billet, richesse, travail, porte-monnaie, spéculation, paiement, liquide, espèce, sécurité, salaire, besoin	troc, finance, liberté, acheter
Mots communs à la périphérie proche	
achat, devise, pauvreté, or, épargne, inégalité, pouvoir d'achat, dette, indépendance, marché, répartition, solidarité, vivre, moyen, outil, métal	
Caractéristiques socio-démographiques	
47 ans âge moyen	56 ans âge moyen
Plus d'employés, professions intermédiaires et d'ouvriers	Plus de cadres et professions intellectuelles supérieures

Plus de salariés du privé	Plus de retraités
Plus de formations inférieures à Bac+2	Plus de formations supérieures à Bac+2 et plus
Plus de revenus inférieurs à 1850€/mois/pers	Plus de revenus supérieurs à 1850€/mois/pers
Se sentent majoritairement français	Se sentent majoritairement citoyens du monde
Opinion quant à l'objectif principal d'une monnaie locale	
Redynamiser l'économie locale	
Renforcer l'identité régionale	Faire réfléchir aux usages de la monnaie, éviter la spéculation, promouvoir certaines valeurs éthiques et environnementales

Il apparaît clairement à la lumière de ce tableau que les participants à la monnaie locale ont des caractéristiques bien distinctes des autres citoyens sous de nombreux aspects :

- Leurs modes de consommation sont spécifiques (bio, équitable, Amaps, producteurs locaux)
- Ils sont beaucoup plus critiques vis-à-vis du système économique et des banques que les autres citoyens
- Ils partagent un certain nombre d'éléments constitutifs de la représentation sociale de la monnaie avec les autres citoyens. Cependant, les éléments de contraste sont riches en enseignement :
 - o Le terme **locale** au cœur de la représentation sociale de la monnaie pour les adhérents est totalement absent de la représentation de la monnaie des citoyens
 - o Les termes **complémentaire** et **citoyen** sont totalement absents du vocabulaire pour les deux groupes
 - o **Spéculation, travail, salaire, et besoin** font partie du noyau central de la représentation sociale de la monnaie des citoyens, et sont à la périphérie proche pour les adhérents
 - o **Pauvreté, inégalité, répartition, solidarité** sont des mots à la périphérie proche de la représentation pour les deux groupes.
 - o **Redynamiser l'économie locale** est la perception commune de l'objectif principal de la monnaie locale. Par contre les citoyens la voient ensuite comme un moyen de renforcer l'identité régionale, alors que et les adhérents la perçoivent ensuite comme un vecteur de changement systémique.

2. Conclusion générale et discussion :

L'analyse de l'enquête menée en novembre 2014 sur le Puy-de-Dôme auprès de 392 citoyens et de 52 personnes adhérentes à la monnaie locale a permis de mettre en lumière les éléments suivants :

1. Les participants à la monnaie locale ont des pratiques de vie et de consommation en accord avec la charte des valeurs de l'association : recours intensif aux commerces locaux, AMAPs et magasins bios. Ils privilégient la qualité des produits.
2. Les participants à la monnaie locale ont une vision plus négative de la spéculation, de la mondialisation, du système capitaliste et des banques. Ils sont plus pessimistes quant à l'évolution économique possible. Toutefois, ils ont moins recours à l'épargne comme moyen de se prémunir contre le risque, car ils font moins confiance aux banques dans leur capacité à restituer les sommes confiées et associent moins l'argent à un sentiment de sécurité et de réussite.

3. Une analyse lexicale des mots associés à la monnaie dans les deux groupes a montré que certains termes issus des valeurs portées par les monnaies locales sont présents dans la représentation sociale de la monnaie chez les citoyens et mériteraient peut-être d'être utilisés plus intensément dans la communication du projet.
4. Les participants à la monnaie locale sont en moyenne plus éduqués, ont des revenus plus élevés et font plus partie des cadres et professions intellectuelles supérieures que les autres citoyens interrogés. Ils sont également plus nombreux à être à la retraite, à vivre en maison, à être propriétaires et à la campagne.

Ainsi, le fossé qui existe entre adhérents et non adhérents est de deux ordres : socio-économique (adhérents plus âgés, plus diplômés, plus aisés) et symbolique (ils ne partagent pas le monde vécu). Ils ne donnent également pas la même valeur au médium symbolique que représente la monnaie.

Par ailleurs, les étudiants du M1 DASS ont dû rendre un rapport critique sur le questionnaire et consigner les entretiens qu'ils ont eus avec les différentes personnes enquêtées, afin de valider leur module de technique d'enquête. Certains éléments présents dans ces rapports nous semblent apporter des contributions qualitatives intéressantes pour la discussion. Ils sont résumés ci-dessous :

- La plupart des enquêtés a eu des difficultés de compréhension de certains termes, tels que mondialisation, spéculation, système capitaliste. Ceci est quelque peu surprenant car nous pensions que ces termes étaient vraiment bien connus ou du moins faisant partie des champs de vocabulaire du plus grand nombre. Cette partie du questionnaire a posé des problèmes de compréhension dans la grande majorité des cas. Ceci nous renvoie aux données d'enquête qui montrent que les sympathisants au projet de monnaie locale sont globalement plus éduqués, sont donc plus familiers de ces concepts, ce qui leur permet d'avoir une opinion plus forgée.
- Beaucoup d'enquêtés ont déploré de ne pas pouvoir choisir un avis plus neutre que les modalités de réponses proposées. Beaucoup auraient voulu pouvoir ne pas se prononcer sur de nombreux domaines. Ceci montre bien qu'en majorité les personnes interrogées par les étudiants n'ont pas d'avis tranché sur la question, peut-être en partie parce qu'ils maîtrisent mal les concepts dont il est question.
- Les personnes interrogées ne voient pas le lien entre ce qu'ils pensent de la spéculation ou de la mondialisation, leurs modes de consommation, l'achat de produits bios ou éthiques, etc... et la monnaie. Il y a donc un grand rôle potentiel d'information et d'explication de la part des projets de monnaie locale.
- Les personnes les plus défavorisées économiquement et ayant le moins de diplôme ce sont senties touchées par le thème, avaient de nombreux avis sur la situation actuelle et étaient contents de voir que l'on voulait connaître leur avis.
- Beaucoup de personnes interrogées n'ont jamais entendu parler des monnaies locales mais s'avèrent très intriguées et plutôt intéressées par le concept. Elles regrettent de ne pas être au courant d'un projet de monnaie complémentaire sur le 63.
- Les personnes ayant déjà des éléments de connaissance des monnaies locales citent les monnaies sol ou d'autres monnaies plus médiatisées, ne sont pas au courant du projet auvergnat et le déplorent.
- Ceux ayant des connaissances sur les monnaies locales les voient comme des projets communautaristes assez fermés.

Les trois derniers points montrent que la communication de l'ADML63 n'a pas encore atteint une grande partie du public. En effet dans l'enquête, 45% des personnes déclarent n'avoir jamais entendu parler de monnaie complémentaire, 31% déclarent que « cela leur dit quelque chose » et seuls 24% disent être bien au courant ou savoir de quoi il s'agit. Et, parmi ceux en ayant entendu parler, aucun ne connaît la doume. La communication auprès du grand public en novembre 2014 de l'ADML63 est donc encore très limitée. Toutefois, la sortie officielle de la doume le 17 janvier 2015 a été couverte par les médias, notamment par un reportage de France 3 auvergne et la diffusion à l'agence France presse a permis à certains quotidiens nationaux de relayer l'information. Mais, comme nous l'avons évoqué dans les pages précédentes, les membres d'ADML63 ont des valeurs et des pratiques bien spécifiques, qu'ils souhaiteraient voir partager par le plus grand nombre. Il y a là cependant une tension, une contradiction potentielle, déjà relevée par Jérôme Blanc (2015). En effet, cette communauté très distincte du reste de la population veut diffuser, auprès des autres citoyens, des pratiques et des valeurs qui, à l'heure actuelle, sont minoritaires. Pour ce faire l'ADML63 propose un projet de monnaie locale qui ne circule que dans les commerces et chez les producteurs qui respectent également ces valeurs, ou s'engagent dans une voie de cheminement vers ces valeurs, sauf exception.

Or, les citoyens-cibles ne se trouvent pas là, mais dans les supermarchés, ou dans les commerces standards. Ils sont beaucoup moins critiques du système et leur mode de consommation est régi par la recherche du prix le plus bas, d'autant qu'ils ont, en moyenne, des revenus plus faibles que les participants à la monnaie locale. La monnaie solidaire aura donc du mal à toucher les personnes qui se trouvent à l'extérieur du réseau. Ainsi, ce qui semble contradictoire dans le projet est que parmi les buts affichés il y a celui de « redynamiser l'économie locale » et de « favoriser la relocalisation des activités » grâce au fait que la monnaie complémentaire ne peut être thésaurisée et ne peut sortir du territoire. La richesse générée par la circulation de cette monnaie reste ainsi au sein du département et ne part plus à l'extérieur. Elle peut donc, en théorie avoir cet impact. Cependant, en ne circulant qu'au sein d'un cercle très restreint de participants déjà dans une démarche de promotion du local, bio, éthique et solidaire, la monnaie locale risque de ne pas atteindre les volumes de transaction qui lui permettraient de véritablement peser dans l'économie territoriale. Dès lors, un choix semble devoir s'opérer :

- Soit la monnaie locale vise à renforcer, souder et dynamiser un réseau restreint déjà constitué de personnes engagées dans une démarche de maintien et développement des circuits courts, des produits locaux, bios, éthiques et respectant l'environnement.
- Soit la monnaie locale vise, plus largement, à redynamiser l'économie du territoire dans son ensemble, comme le suggère la convergence sur la vision de cet objectif principal de la monnaie locale entre les citoyens et les militants, sans jugement de valeur ou de promotion de pratiques particulières. Dans ce cas elle est amenée à s'ouvrir à des participants au-delà de ceux partageant les valeurs fondatrices de l'association. Cependant, ceci n'est possible que si l'association est solide dans son identité. Cette ouverture constitue peut être dès lors une seconde phase de développement du projet, lorsque le réseau sera suffisamment étoffé.

Les conclusions auxquelles nous ont amenées cette étude aboutissent ainsi à la nécessité, pour l'association, de clarifier son positionnement et ses buts véritables. Elle peut difficilement afficher à la fois le fait qu'elle s'adresse à tout le monde dans un but de redynamiser l'économie locale, et qu'elle renforce et veut promouvoir un certain type de pratiques et d'éthique. Ceci nous amène à réfléchir sur le niveau d'évolution de l'identité de l'association. Soit elle est encore à un stade où elle cherche à renforcer son identité propre et à se solidifier, soit elle se sent déjà à même de s'ouvrir pour diffuser ses valeurs et

conceptions du monde. Une fois ce point essentiel éclairci, il sera alors possible de définir une stratégie de communication cohérente avec le projet. Si la balance penche du côté du renforcement d'un réseau déjà établi, alors la communication pourra rester à l'identique, en promouvant un positionnement critique et militant, qui fédèrera les participants adeptes de cette démarche. L'association pourra tenter d'augmenter ses adhérents en faisant des campagnes de promotion et d'information dans les commerces standards. En revanche, si le but essentiel du projet est de s'adresser à tout le monde et de redynamiser l'économie du territoire, cela imposera de s'ouvrir à plus d'activités économiques.

En termes communicationnels il est évident que l'activité de « traduction » des pratiques auprès d'un public non initié demandera un effort important et une dynamique politique de mise en débat accrue de la question monétaire dans l'espace public (Habermas 1978). A l'interne cela nécessitera une réaffirmation de l'objet de l'association et un travail identitaire fort car pas de bonne communication sans une identité forte (Dacheux 2004). A l'externe il faudra continuer cette communication de proche en proche en enrôlant d'abord un cercle de prestataires et d'adhérents partageant un socle normatif et un monde vécu relativement commun. Tout l'enjeu sera alors de faire reculer la « frontière » qu'il existe entre le monde vécu d'ADML63 et le système institutionnel. La communication pourrait évoluer dans ce cas vers un message certes anti-spéculation, mais également plus marqué contre la pauvreté et les inégalités et pour la redynamisation de l'économie locale, la solidarité, la redistribution, la liberté, le travail et la sécurité, sans autres jugements de valeur ou promotion de certaines pratiques.

Références

Abric Jean-Claude, 2003a. Méthodes d'étude des représentations sociales. Editions ERES, Paris.

Abric Jean-Claude, 2003b. Pratiques sociales et représentations. Editions Puf. Paris.

Bardini, T., 1996. Changement et réseaux socio-techniques : de l'inscription à l'affordance. *Réseaux*, 14(76), pp.125–155.

Besançon, E., Chochoy, N. & Guyon, T., 2013. *L'innovation sociale, principes et fondements d'un concept*, L'Harmattan, Coll. L'esprit Economique.

Blanc Jérôme, 2015, « Contester par projets. Le cas des monnaies locales associatives », mimeo.

Blanc Jérôme et Marie Fare, 2013, « Understanding the role of governments and administrations in the implementation of community and complementary currencies », *Annals of Public and Cooperative Economics*, 84, no 1, pp. 63–81.

Chambon, J.L., David, A. & Devevey, J.M., 1982. Les innovations sociales Coll. Que., Paris: Presses Universitaires de France.

Cloutier, J., 2003. Qu'est ce que l'innovation sociale? Cahiers du CRISES, ET0314, p.46.

Dacheux, E., 2004. La communication : éléments de synthèse. *Communication et langages*, 141(1), pp.61–70.

Delaforge, A. & Moinet, N., 2008. Le rôle de la communication dans l'adoption d'une technologie innovante. *Hermès - Communiquer, Innover*, 50, pp.157–162.

Guérin, I., 2007. Economie solidaire et rapport de genre. In In Laville J.L (Dir.), L'économie solidaire. Une perspective internationale. Paris: Hachette Littérature, pp. 245–276.

Habermas, J., 1978. L'espace public, Paris: Payot.

Habermas, J., 1985. Le discours philosophique de la modernité, Paris: Gallimard.

Mucchielli, A., 1999. Théorie systémique des communications, Paris: Armand Colin.

Richez-Battesti, N., 2008. Innovations sociales et territoires : une analyse en termes de proximité. Une illustration par les banques coopératives. In Zaoual, H. (dir.), Développement durable des territoires : économie sociale, environnement et innovations. Paris: L'Harmattan, pp. 61–87.

Smelser, N. & Parsons, T., 1956. Economy and society, New York: The Free Press.

Veblen, T., 1970. Théorie de la classe de loisir, Paris: Gallimard (1899).

Table des illustrations :

Tableau 1. Statistiques comparatives échantillon/population mère	6
Tableau 2. Statistiques descriptives sur le mot inducteur « mondialisation ».....	10
Tableau 3. Mots liés à « mondialisation » statistiquement représentatifs des deux sous-groupes à un risque d'erreur de 10%.....	10
Tableau 4. Statistiques descriptives sur le mot inducteur « monnaie »	12
Tableau 5. Les 30 termes liés à « monnaie » les plus fréquemment cités	13
Tableau 6. Composantes d'une représentation sociale	12
Tableau 7. Synthèse des résultats de l'analyse des représentations sociales de la monnaie.....	14
Tableau 8. Analyse de spécificité des termes associés au mot « monnaie », à un risque d'erreur de 10% ...	15
Tableau 9. Synthèse des principaux résultats	21
Tableau 10. Analyse de spécificités des mots associés à « mondialisation ».....	27
Figure 1. Opinion sur la spéculation	8
Figure 2. Opinion sur l'économie de marché et le système capitaliste.....	9
Figure 3. Opinion sur la mondialisation.....	9
Figure 4. Age moyen.....	17
Figure 5. Catégories socio-professionnelles	18
Figure 6. Statuts.....	18
Figure 7. Niveaux d'éducation.....	19
Figure 8. Niveaux de revenu par unité de consommation du ménage	19

Annexe

Tableau 10. Analyse de spécificités des mots associés à « mondialisation »

mots_non	frq_non	frq_tot	t	Proba	mots_oui	frq_oui	frq_tot	t	Proba
commerce	51	52	3	0,00	appauvrissement	5	7	3,0	0,00
échanges	111	119	2,8	0,00	uniformisation	6	14	2,2	0,01
économie	35	35	2,8	0,00	destruction	2	2	2,0	0,02
monde	35	35	2,8	0,00	esclavage	2	2	2,0	0,02
concurrence	27	27	2,3	0,01	hypocrisie	2	2	2,0	0,02
pays	20	20	1,8	0,03	indifférence	2	2	2,0	0,02
europe	15	15	1,4	0,08	perte	2	2	2,0	0,02
frontières	12	12	1,1	0,13	Perte des identités	2	2	2,0	0,02
appauvrissement	2	7	-3	0,00	spéculation	6	17	1,8	0,04
uniformisation	8	14	-2,2	0,01	altermondialisme	2	3	1,5	0,06
destruction	0	2	-2	0,02	arnaque	2	3	1,5	0,06
esclavage	0	2	-2	0,02	corruption	2	3	1,5	0,06
hypocrisie	0	2	-2	0,02	mafia	2	3	1,5	0,06
indifférence	0	2	-2	0,02	transports	2	3	1,5	0,06
perte	0	2	-2	0,02	exploitation	5	15	1,5	0,07
pertedesidentités	0	2	-2	0,02	danger	3	7	1,4	0,08
spéculation	11	17	-1,8	0,04	pouvoir	3	8	1,2	0,11
altermondialisme	1	3	-1,5	0,06	pollution	2	4	1,2	0,12
arnaque	1	3	-1,5	0,06	capitalisme	6	24	1,0	0,15
corruption	1	3	-1,5	0,06	abusinternationaux	1	1	1,0	0,15
mafia	1	3	-1,5	0,06	anonymat	1	1	1,0	0,15
transports	1	3	-1,5	0,06	autonomie	1	1	1,0	0,15
exploitation	10	15	-1,5	0,07	banalisation	1	1	1,0	0,15
danger	4	7	-1,4	0,08	bateau	1	1	1,0	0,15
pouvoir	5	8	-1,2	0,11	capital	1	1	1,0	0,15
pollution	2	4	-1,2	0,12	carbone	1	1	1,0	0,15
capitalisme	18	24	-1	0,15	centralisation	1	1	1,0	0,15
abusinternationaux	0	1	-1	0,15	connaissances	1	1	1,0	0,15
anonymat	0	1	-1	0,15	conscience	1	1	1,0	0,15
autonomie	0	1	-1	0,15	coquins	1	1	1,0	0,15
banalisation	0	1	-1	0,15	décolonisation	1	1	1,0	0,15
bateau	0	1	-1	0,15	déforestation	1	1	1,0	0,15
capital	0	1	-1	0,15	délocaliser	1	1	1,0	0,15
carbone	0	1	-1	0,15	dérive	1	1	1,0	0,15
centralisation	0	1	-1	0,15	détructeursidérégula	1	1	1,0	0,15
connaissances	0	1	-1	0,15	détériorationdelaplan	1	1	1,0	0,15
conscience	0	1	-1	0,15	dilutionmarchéouvert	1	1	1,0	0,15
coquins	0	1	-1	0,15	discrimination	1	1	1,0	0,15
décolonisation	0	1	-1	0,15	échangescommerciauxfa	1	1	1,0	0,15
déforestation	0	1	-1	0,15	échangesculturelsrich	1	1	1,0	0,15

délocaliser	0	1	-1	0,15	échangesdecompétences	1	1	1,0	0,15
dérive	0	1	-1	0,15	économiedéchelle	1	1	1,0	0,15
déstructeursidérégula	0	1	-1	0,15	commerce	1	52	-3,0	0,00
détériorationdelaplan	0	1	-1	0,15	échanges	8	119	-2,8	0,00
dilutionmarchéouvert	0	1	-1	0,15	économie	0	35	-2,8	0,00
discrimination	0	1	-1	0,15	monde	0	35	-2,8	0,00
échangescommerciauxfa	0	1	-1	0,15	concurrence	0	27	-2,3	0,01
échangesculturelsrich	0	1	-1	0,15	pays	0	20	-1,8	0,03
échangesdecompétences	0	1	-1	0,15	europe	0	15	-1,4	0,08
économiedéchelle	0	1	-1	0,15	frontières	0	12	-1,1	0,13