



Doume et communication

Résultats des enquêtes ethnographique et statistique menées sur le Puy-de-Dôme 2014/2015

Ariane Tichit , Damien Verhilles, Emilie Ramillien

AG ADML63 15 octobre 2016

INTRODUCTION

- Recherche-action sur l'innovation sociale (financement du Conseil régional d'Auvergne)
- But: Aider l'ADML63
 - stratégie de communication
 - Pilotage du projet de MLC



INTRODUCTION

- Buts de ces recherches: répondre aux questions suivantes:
 - Qui avons-nous attiré comme nouveaux adhérents?
 - Que pensent-ils de l'association et comment utilisent-ils la doune?
 - Que pensent les citoyens des billets émis?
 - Quelles sont les divergences entre les citoyens et les adhérents qui créent des freins potentiels à l'adoption de la doune?
 - Comment l'association pourrait-elle évoluer en prenant en compte ces informations ?



PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE

- Enquête 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
- Cours de technique d'enquête d'Agnès Roche (sociologue)

Effectif interrogé		Adhérents Adml 63	Citoyens
Novembre 2014	1 seul questionnaire	52	392
Novembre 2015	2 questionnaires distincts	240	301

PROLOGUE

	Je n'ai jamais entendu les termes « monnaie locale » ou « monnaie complémentaire »	Je suis bien au courant ou je sais ce dont il s'agit	Savez-vous qu'il existe une monnaie locale dans le 63 appelée la « doume » ?
2014	45%	24%	0%
2015	38%	30%	13%

- Pour ceux en capacité de citer une monnaie locale (22%), 61% citent la doume, contre 0% en 2014.



La circulation de la doume semble potentiellement avoir joué un rôle dans la diffusion de la connaissance des monnaies locales par le grand public



RÉSUMÉ DES SPÉCIFICITÉS DES ADHÉRENTS (ENQUÊTE 2014)

- Adhérents: structures d'alimentation biologique et AMAP pour privilégier la qualité
- Citoyens: supermarchés afin de privilégier le coût
- Opinion beaucoup plus négative des adhérents de la spéculation, de la mondialisation et du système capitaliste en général
- Adhérents légèrement plus âgés que la moyenne
- Proportionnellement plus nombreux à la retraite
- Plutôt partie de la catégorie des cadres et professions intellectuelles supérieures
- Plus éduqués
- Plus nombreux à avoir des revenus supérieurs à 1850€/mois/unité de consommation



QUI AVONS-NOUS ATTIRÉ COMME NOUVEAUX ADHÉRENTS?

- Mêmes modes de consommation en accord avec la charte
- Mêmes opinions en ce qui concerne le système capitaliste et les banques (très critiques)
- Plus éduqués que la moyenne même si un peu plus jeunes (50,6 ans en moyenne en 2015 contre 56,5 en 2014). Moins de gens à la retraite (26% en 2015 contre 40% en 2014).
- Beaucoup moins en 2015 habitent dans une maison (44% contre 87%), beaucoup plus en appartement (53% contre 13%).



QUI AVONS-NOUS ATTIRÉ COMME NOUVEAUX ADHÉRENTS?

- De manière générale: les mêmes profils que les premiers membres d'ADML63
- **La doume a donc plutôt permis de fédérer des personnes se retrouvant autour de fondamentaux communs, partageant les mêmes valeurs, faisant d'elle une monnaie plutôt « communautariste » pour le moment**
- Renforcé par les réponses à la question: « **Avez-vous changé vos habitudes d'achat depuis votre adhésion à la doume?** », à 60% « non » et lorsqu'on leur demande pourquoi, ils disent à 64,7% qu'ils avaient des habitudes de consommation déjà en accord avec la charte de l'association



QUE PENSENT LES ADHÉRENTS DE L'ASSOCIATION ET COMMENT UTILISENT-ILS LA DOUME?

- Plus de 75% n'ont pas assisté à une réunion au cours des 6 derniers mois,
- Sur une échelle de 1(peu impliqué) à 5 (extrêmement impliqué), 92% se déclarent à une valeur inférieure ou égale à 3 (58% se déclarent en 1, 22% en 2).
- 87,5% se déclarent « très ou assez » satisfait du fonctionnement de l'association.
- 47% utilisent « très rarement » la doume, 24% une fois par mois et 26% une fois par semaine.
- Les montants engagés s'avèrent relativement faibles, 70,8% déclarant avoir dépensé entre 0 et 30 doumes le dernier mois.



QUE PENSENT LES ADHÉRENTS DE L'ASSOCIATION ET COMMENT UTILISENT-ILS LA DOUME?

- « quelle(s) amélioration(s) voudriez-vous apporter ? »
 - 19,8% déclarent qu'ils n'ont aucune idée
 - 44% qu'il faudrait augmenter le nombre de prestataires et de comptoirs et qu'il faudrait élargir le réseau.
 - 14 personnes (soit 8,6%) disent qu'il faudrait plus et mieux communiquer
 - 5 notent le manque d'ouverture et le côté idéologique trop marqué qui peut freiner certaines adhésions
 - 3 qu'il faudrait plus de salariés.



QUE PENSENT LES CITOYENS DES BILLETS ÉMIS?

- Sur le billet d'une doume:
- 66,13% émettent un avis plutôt négatif tel que :
 - « Ne semble pas assez sécurisé, n'inspire pas confiance, ça fait amateur » « ridicule, se confond avec un simple papier » « fait penser au troc, aux bons pendant la guerre » « Ne fait pas moderne » « laid » « on dirait une pub » « vieillot » « gros et moche » « pas représentatif du Puy-de-Dôme »
 - Le problème est également la texture : papier trop épais, trop froissable, pas crédible



QUE PENSENT LES CITOYENS DES BILLETS ÉMIS?

- Seules 13 remarques (5,2%) portent sur une relation au territoire:
 - 3 sont positives (les grains de blé représentent la richesse du Puy-de-Dôme)
 - 10 sont négatives (les personnes regrettent qu'il n'y ait rien qui représente le Puy-de-Dôme)
- Nous avons ensuite présenté une planche contact couleur avec les différents billets aux citoyens interrogés



QUE PENSENT LES CITOYENS DES BILLETS ÉMIS?

Avis négatifs	Avis positifs
55%	43,2%
« moches » « trop chargés » « trop vieux », ne faisant pas penser à de la monnaie, falsifiable, pas sérieux, et ne reflétant pas l'identité territoriale (pour 22 personnes).	coloré, sympathique, joli, original et beau, rappel à la nature et identité territoriale (pour seulement 7 personnes)

Les avis négatifs dominant, même s'ils sont moins massivement présents que sur le billet d'une doume



QUELLES SONT LES DIVERGENCES ENTRE LES CITOYENS ET LES ADHÉRENTS QUI CRÉENT DES FREINS POTENTIELS À L'ADOPTION DE LA DOUME?

Selon vous, quel est l'objectif le plus important d'une monnaie locale? Une seule réponse

	Adhérents		Citoyens	
	effectifs	%	effectifs	%
Dynamiser l'économie locale	71	29,6%	106	35%
Eviter la spéculation	34	14,2%	17	6%
Renforcer l'identité régionale	4	1,7%	90	30%
Promouvoir certaines valeurs éthiques et environnementales	36	15,0%	6	2%
Favoriser le lien social	16	6,7%	13	4%
Faire réfléchir aux usages de la monnaie	36	15,0%	20	7%
Changer le système économique	41	17,1%	14	5%
Sans réponse	2	0,8%	35	12%

SELON VOUS QUEL EST L'OBJECTIF LE PLUS IMPORTANT D'UNE MONNAIE LOCALE ?

- Même résultats que l'année dernière :
- Les citoyens la voient comme un outil de renforcement de l'identité régionale: 25% des citoyens choisissent « pour renforcer une identité régionale » contre seulement 2% des ADML en 2014
- Les adhérents la voient ensuite comme éducative et anti-spéculative, puis porteuse de valeurs
- **Les deux groupes se rejoignent sur l'objectif de la redynamisation de l'économie locale**



QUELLES SONT LES DIVERGENCES ENTRE LES CITOYENS ET LES ADHÉRENTS QUI CRÉENT DES FREINS POTENTIELS À L'ADOPTION DE LA DOUME?

- Alors que pour les citoyens le terme « local » renvoie massivement à la question de l'identité régionale, ils ne comprennent pas pourquoi le graphisme des billets ne renvoie pas à ce domaine.
- Ceci rejoint les travaux d'Emilie Ramillien, ethnologue



QUELLES SONT LES DIVERGENCES ENTRE LES CITOYENS ET LES ADHÉRENTS QUI CRÉENT DES FREINS POTENTIELS À L'ADOPTION DE LA DOUME?

- Certaines personnes très enthousiastes à l'idée de la monnaie locale: classes populaires, rurales, jeunes, se percevant comme fortement contraintes dans le système actuel
- Ne maîtrisant pas les savoirs sur le fonctionnement du système ni les critiques
- Mais en recherche renforcement identitaire à travers la monnaie locale entendue comme monnaie du territoire, de *leur* territoire (plutôt l'Auvergne que Puy-de-Dôme d'ailleurs)



QUELLES SONT LES DIVERGENCES ENTRE LES CITOYENS ET LES ADHÉRENTS QUI CRÉENT DES FREINS POTENTIELS À L'ADOPTION DE LA DOUME

- adhérents de l'ADML ne sont eux, que très rarement attachés à une identité locale, percevant le local plutôt comme un espace économique symbolique plutôt que rattaché à une identité.
- rapport plutôt critique au concept d'identité, perçu comme potentiellement dangereux et associé aux dérives identitaires
- grande distance dans la perception du local entre adhérents et citoyens problématique, car l'association se coupe d'un grand nombre d'utilisateurs potentiels



QUELLES SONT LES DIVERGENCES ENTRE LES CITOYENS ET LES ADHÉRENTS QUI CRÉENT DES FREINS POTENTIELS À L'ADOPTION DE LA DOUME

- le « local », c'est aussi (et peut-être avant tout) le « proche »
- la totalité des individus n'ayant pas des modes de consommation bio, solidaire et/ou éthique et attachés à la question du « local » sont unanimes quant à la possibilité d'utiliser la monnaie locale dans leur boulangerie ou boucherie de quartier ou de village
- en acceptant de considérer les multiples perceptions du « local », qui ne sont pas forcément celles de l'ADML, l'association pourrait arriver à mieux communiquer sur la doume, en partageant un langage commun



COMMENT L'ASSOCIATION POURRAIT-ELLE ÉVOLUER EN PRENANT EN COMPTE CES INFORMATIONS ?

- Pistes de réflexions:
- Faut-il ouvrir le terme « local » à l'ancrage territorial et à la proximité et alléger les valeurs ?
- Faut-il revoir le graphisme des billets dans ce sens?
- A-t-on trop peur de la connotation identitaire que cela pourrait engendrer?
- Autres pistes: enquête valeurs partagées au-delà de la notion de « local »



COMMENT L'ASSOCIATION POURRAIT-ELLE ÉVOLUER EN PRENANT EN COMPTE CES INFORMATIONS ?

- Éléments supplémentaires que l'on peut prendre en compte:
- Comme l'année dernière, question posée: « Si je vous dit « monnaie », à quoi pensez-vous? »
- 16 adhérents sur 240 citent spontanément le terme « local », soit 6,7%, contre 7,7% l'année dernière (sur 52 adhérents).
- Aucun des citoyens interrogés ne cite ce terme, ni cette année, ni l'année dernière.
- En revanche, des valeurs communes apparaissent entre les deux groupes



COMMENT L'ASSOCIATION POURRAIT-ELLE ÉVOLUER EN PRENANT EN COMPTE CES INFORMATIONS ?

parmi ces valeurs, quelles sont les deux principales qui vous correspondent (8 propositions) :

classement ADML	classement citoyens
Solidarité 58%	Solidarité 41,5%
Justice 45%	Générosité 37%
Egalité 23%	Egalité 30%
Générosité 22%	Justice 30%
Mérite 6%	Mérite 25%
Performance 1,3%	Réussite 24%
Réussite 0,7%	Performance 8%
Compétition 0,7%	Compétition 5%

COMMENT L'ASSOCIATION POURRAIT-ELLE ÉVOLUER EN PRENANT EN COMPTE CES INFORMATIONS ?

- Gardons nous pour notre communication la dénomination « monnaie **locale complémentaire** »?
- Suggestions: Monnaie du 63? Monnaie solidaire? Monnaie citoyenne du 63?
- Ouvrons-nous la monnaie plus largement aux commerces locaux (à définir) avec un allègement de la charte? Ou en précisant mieux sa « relativité »?
- Est-il utile de revoir le graphisme des billets pour marquer l'appartenance au territoire?



COMMENT L'ASSOCIATION POURRAIT-ELLE ÉVOLUER EN PRENANT EN COMPTE CES INFORMATIONS ?

- Actualité: changement de papier pour réimpression des billets. Proposition du CA: modifier les billets uniquement à la marge pour des raisons pratiques
- Au-delà de cela: Questions
- Est-il trop tôt pour toucher des personnes plus éloignées des pratiques induites par les valeurs de la charte?
- Restons nous une monnaie communautariste dans un premier temps pour fédérer d'abord d'autres personnes portant déjà les mêmes valeurs (cercles concentriques)?

