



## Rapport final du projet

### « LA DOUME : REPRESENTATIONS SOCIALES, COMMUNICATION ET IMPACTS »

Ariane Tichit<sup>1</sup>

octobre 2016

Le but du projet était d'aider ADML63, association visant à la création et à la mise en circulation d'une monnaie complémentaire locale « la Doume », à définir sa politique de communication et à se doter d'indicateurs d'impacts et de suivi. Ce projet a été porté par une équipe pluridisciplinaire, comportant 3 axes complémentaires, et a débuté en septembre 2014. Un premier axe de recherche a consisté à analyser et comparer à partir de deux enquêtes statistiques les représentations sociales de la monnaie traditionnelle et des monnaies complémentaires, ainsi que les modes de consommation, d'achats et de production du grand public et des primo-adhérents à l'ADML63. L'axe 2 du projet a visé à analyser la façon dont les monnaies complémentaires locales se présentent sur le Web, afin de les caractériser comparativement à d'autres projets de monnaies non-bancaires et aux monnaies standards. L'axe 3 du projet a consisté en une étude ethnographique des membres de l'ADML63 et de potentiels adhérents afin d'analyser les différences fondamentales entre ces deux groupes et en tirer des conclusions donnant matière à réflexion aux adhérents de l'ADML sur ce qui les sépare du grand public.

Le second axe de recherche (analyse des données du Web) a donné lieu à un premier article, publié dans *l'International Journal of Community Currency Research (IJCCR)*. Celui-ci propose une classification des projets de monnaies non-bancaires par une analyse lexicale sur les données du Web. L'avantage de cette méthode est de fournir une typologie endogène des initiatives, basée sur la façon dont sont présentées les différentes monnaies sur l'internet. Elle permet ainsi de contourner la difficulté rencontrée dans la littérature qui peine à faire émerger une taxinomie claire à partir d'éléments exogènes. Le corpus a été créé en partant de 32 mots clefs renvoyant aux monnaies complémentaires. Les 10 premières Urls de résultats sous

---

<sup>1</sup> Je tiens à remercier le Conseil Régional d'Auvergne pour le soutien financier qu'il a accepté de fournir à ce projet.

le moteur de recherche Google pour chacun des mots clefs ont été sélectionnées, puis leur contenu aspiré. Le corpus est ainsi constitué de 320 pages web, correspondant à 1210 pages de texte et 342 585 mots, soit 17 939 segments de 20 occurrences successives. Une classification du corpus à l'aide de l'application d'une analyse hiérarchique descendante a ainsi permis la création endogène de cinq classes distinctes, nous permettant d'opérer des distinctions non seulement entre les projets de monnaies non-bancaires, mais également entre ceux-ci et le système monétaire standard. Les résultats nous permettent de conclure que les monnaies complémentaires locales se distinguent des autres projets selon deux critères fondamentaux : leur adossement à la monnaie standard, et les valeurs qu'elles défendent. En toute logique, les valeurs sont donc au cœur des préoccupations des associations porteuses de monnaies locales. Toutefois, les axes 1&3 du projet montrent que la mise en avant de ces valeurs constitue justement un des principaux freins à l'adoption de la monnaie locale par un public plus large.

La méthodologie de recherche de l'axe 1 a reposé sur des enquêtes conduites sur des échantillons de personnes représentatives du Puy-de-Dôme et sur des membres de l'association ADML63. Une première enquête a eu lieu en novembre 2014, sur un échantillon de 392 citoyens représentatifs du Puy-de-Dôme, et 52 adhérents à la monnaie locale. L'analyse de ces données a donné lieu à trois productions distinctes : un rapport a été remis et présenté en assemblée générale d'ADML63 en mars 2015, une version article a fait l'objet d'une communication aux journées d'innovations monétaires à Grenoble en mars 2015, et enfin un article uniquement basé sur l'analyse des différences de représentations sociales de la monnaie entre les adhérents et les citoyens a été présenté au cycle de conférences « la monnaie entre unicité et pluralité », à Paris fin mai 2015, organisé par Jérôme Blanc et Bruno Théret. Cet article fait actuellement l'objet d'une révision pour publication au sein d'un ouvrage collectif issu de ce cycle de conférences. En parallèle, dans l'axe 3 du projet, une analyse ethnographique du groupe des adhérents à l'ADML63 a été menée par Emilie Ramillien qui a remis ses conclusions à l'association en septembre 2015. Cet article, outre sa circulation au sein de l'association, a donné lieu à un article de vulgarisation publié sur le site d'Auvergne science. Les résultats ont également été incorporés au rapport 2016 remis et présenté à l'association à l'occasion de l'Assemblée Générale du 15 octobre.

Une seconde enquête de terrain a été menée en novembre 2015. Elle a porté sur 240 adhérents à l'ADML63, et 301 citoyens représentatifs de la population du Puy-de-Dôme. L'enquête menée auprès des adhérents, sur un échantillon désormais plus vaste, a permis de recueillir des informations sur les profils des nouveaux adhérents (66% des répondants ont adhéré après le lancement de la monnaie), leurs modes de consommation, et leur opinion du système, afin de mesurer si l'association a attiré des types de publics différents pendant cette première année d'existence et de circulation de la doume. Des questions sur l'utilisation de la monnaie locale et le fonctionnement de l'association a également permis de récolter de précieuses informations pour alimenter les discussions au sein de l'ADML. Les adhérents interrogés sont à 81% de simples utilisateurs (ni prestataires, ni comptoirs). Les

résultats montrent que leurs profils (ce qu'ils pensent du système en général, leurs modes de consommation et leurs caractéristiques socio-démographiques) peuvent être considérés comme identiques à ceux des primo-adhérents. Ainsi, la circulation de la doume a pour le moment attiré les mêmes types de personnes que les fondateurs et adhérents précoces. Toutefois, sur les 240 membres interrogés, plus de 75% n'ont pas assisté à une réunion au cours des 6 derniers mois, et 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). Ceci ne provient pas d'une insatisfaction par rapport à l'association car 87,5% d'entre eux se déclarent « très ou assez » satisfait du fonctionnement de l'association. De plus, il apparaît que 47% utilisent « très rarement » la doume, 24% une fois par mois et 26% une fois par semaine. Les montants engagés s'avèrent également relativement faibles, 70,8% déclarant avoir dépensé entre 0 et 30 doumes le dernier mois. Presque 83% des adhérents déclarent les utiliser pour acheter des produits alimentaires locaux, puis à 52% des produits labellisés bio. Il apparaît également que 60% n'a pas changé ses modes de consommation depuis l'adhésion à la monnaie locale, et parmi eux, 64,7% déclare que cela est dû au fait qu'ils avaient déjà des modes de consommation en accord avec la charte de l'association et pour le reste parce qu'il n'y a pas suffisamment de prestataires et/ou de comptoirs. Une question ouverte a également été posée pour savoir ce que les adhérents aimeraient améliorer et à 44% ils répondent qu'il faudrait étendre le réseau des prestataires et des comptoirs. La question fondamentale reste donc toujours la même : celle de savoir comment faire pour attirer plus de commerçants et d'utilisateurs dans le réseau. Une des problématiques est bien évidemment de faire connaître l'existence de la doume au plus grand nombre, via une communication efficace, objet principal de cette recherche-action.

Dès lors, un des buts de la seconde enquête était de mesurer l'évolution des connaissances des citoyens du Puy-de-Dôme sur les monnaies locales et la doume en particulier, afin de voir dans quelle mesure sa présence sur le territoire a permis de la faire connaître et d'initier les citoyens au concept de monnaie locale. En 2015 13% des personnes interrogées citent spontanément la doume, contre 0% en 2014, ce qui montre une bonne progression parmi les citoyens. De même seuls 38,2% n'ont jamais entendu parler de monnaies complémentaires, contre 45% l'année précédente. Pour celles et ceux en capacité de citer une monnaie locale (22%), 61% nomment la doume. Enfin, à la question : « Etes-vous au courant qu'il existe une monnaie locale pour le Puy-de-Dôme appelée la Doume ? » plus d'un quart, soit 26,25% répondent « oui ». L'ensemble des réponses à ces questions permet donc de conclure que la circulation de la doume a eu un effet non négligeable sur la connaissance des monnaies locales auprès des citoyens du Puy-de-Dôme. Toutefois, la marge de progression est encore énorme, et pour atteindre plus de personnes une des hypothèses est que cela pourrait passer par le graphisme des billets, mode de communication premier de la monnaie locale. Dans ce second passage d'enquête nous avons donc sondés les individus pour avoir leur opinion sur le choix de graphisme des billets qu'a fait l'association. Un billet d'une doume a été

présenté aux enquêtés pour recueillir leur avis, puis une planche contact des présentant les autres billets. Pour ce qui est du billet d'une doume, la grande majorité (plus de 66%), émet un avis plutôt négatif, trouvant que cela ne fait pas assez sérieux, ne leur paraît pas suffisamment sécurisé, ne faisant pas « vrai » billet... Les avis sur les autres coupures en planche contact sont un peu plus positifs, mais à 55% les avis négatifs dominent (« moches » « trop vieux » trop colorés » « ne faisant pas sérieux » « pas représentatifs du territoire »). Il apparaît donc la nécessité de potentiellement retravailler le graphisme des billets en fonction des réactions recueillies, si tant est que l'association considère cela comme important pour attirer de nouveaux adhérents. Un des résultats forts également, ressortant non seulement de l'enquête statistique mais également ethnologique est la question de l'ancrage de la monnaie locale à l'identité territoriale. Les résultats de l'enquête de 2014 avaient déjà montré une divergence sur ce point entre les adhérents et les non-adhérents à travers la question suivante : « Selon vous, quel est l'objectif le plus important d'une monnaie locale? ». En 2014, 25% des citoyens choisissent « pour renforcer une identité régionale » contre seulement 2% des ADML ; en 2015 ces chiffres sont respectivement de 30% et 1,7%. Il existe donc là une grande divergence d'opinion qui explique que les billets choisis par l'association ne contiennent volontairement que peu de symboles du territoire, alors que pour les citoyens cela serait important.

L'axe 3 du projet, grâce à l'étude ethnographique d'Emilie Ramillien permet de compléter cette analyse. En effet, ses résultats montrent que certains sympathisants potentiels de la monnaie locale sont des personnes percevant le système et les modes de consommation qui y sont associés comme très contraignants et pourraient être séduits par un rattachement à une identité territoriale, à *leur* territoire. Il serait dès lors possible d'attirer ce type de population en associant plus clairement la doume à l'identité de la région. Or, l'ADML63, dans sa communication, met en avant essentiellement les revendications portées par la monnaie locale. Cependant, l'étude ethnographique montre que pour adhérer à ces valeurs, pour les partager *consciemment*, la maîtrise des savoirs sur le système monétaire et financier actuel ainsi que ses critiques est essentiel. La grande majorité des premiers membres a procédé à un investissement intellectuel individuel pour maîtriser ces savoirs. Dès lors, le fait d'afficher dans la communication externe ces valeurs exclut de potentiels utilisateurs n'ayant pas fait cette démarche, alors qu'ils partagent potentiellement la vision de l'association. Dès lors, une des recommandations serait d'alléger la communication sur ce point en se présentant tout simplement comme la monnaie citoyenne du Puy-de-Dôme et en mettant en retrait le discours plus militant. Les travaux ethnologiques d'Emilie Ramillien permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'ADML a été réticente à mettre en avant l'ancrage territorial: la crainte, pour les membres de l'association d'être assimilés à des défenseurs de l'identité régionale, pouvant être connoté politiquement très à droite. L'accent a été également mis sur le fait que pour le moment l'ADML63 n'a pas de communication interne et utilise donc la communication externe comme un étendard d'affirmation de l'utopie partagée par les membres, ce qui n'est peut-être pas une stratégie très efficace pour attirer de nouveaux membres. Ce point a fait l'objet de discussions constructives lors

de l'assemblée générale du 15 octobre 2016. Enfin, les membres potentiels et les adhérents ont également une perception différente du sens du « local ». En effet, alors que les citoyens en ont une vision très pragmatique, signifiant plutôt « le proche », le commerce de proximité, les membres y accordent plutôt une valeur symbolique de lutte contre la mondialisation et la libre circulation des capitaux. Dès lors, un élargissement de la vision du local, en y incluant tout simplement l'idée du « proche » pourrait attirer de nouveaux membres ne partageant pas nécessairement *consciemment* les valeurs de l'association. Suite à la présentation de ces résultats de recherche, les membres présents à l'AG ont décidé de modifier à la marge le graphisme des billets pour marquer plus nettement l'ancrage au Puy-de-Dôme ainsi que retirer les éléments trop militants, et un groupe de travail pour modifier la communication externe a été constitué. Parallèlement, un projet de mise en place d'une newsletter pour améliorer la communication interne en en train de se mettre en place. Ce programme de recherche-action a donc produit des effets concrets sur les décisions prises par l'ADML63 en ce qui concerne sa communication. Les résultats de ces travaux vont par ailleurs faire l'objet d'articles de recherche dans les mois à venir. Ils seront notamment présentés lors d'une table ronde consacrée aux monnaies locales organisée à la Bibliothèque Nationale François Mitterrand à Paris au mois de mars 2017.

Ce projet de recherche-action a donc été mené à bien et dans les temps impartis. Les deux passages d'enquête (fin 2014 et fin 2015) ont eu lieu et les analyses tirées des données ont aidé à faire réfléchir et évoluer l'ADML63 sur sa stratégie de communication. Par ailleurs elles permettent de conclure que la présence et la circulation de la doume dans le Puy-de-Dôme sont des vecteurs non négligeables d'information et de sensibilisation du grand public sur les monnaies locales complémentaires. Elle a donc déjà eu, en une année d'existence, des effets qualitatifs mesurables. En améliorant sa communication externe, l'ADML63 deviendra d'autant plus efficace sur ce plan si elle parvient à toucher un public plus large. Les monnaies locales complémentaires contenant un pouvoir potentiel d'évolution des mentalités, la doume pourrait ainsi s'avérer un puissant outil de transformation, menant sa population vers plus de prise de conscience et de responsabilité en ce qui concerne l'impact de ses modes de vie (et de consommation en particulier) sur le développement économique, social et écologique du territoire. Si la doume réussit à prendre de l'ampleur et devient incontournable dans le Puy-de-Dôme dans les années à venir, un bouleversement dans les comportements des citoyens quant à leurs modes de vie et leurs choix de consommation vers plus de respect de l'environnement et plus d'achats de produits locaux est à attendre. Si tel est le cas, alors une intensification des activités économiques locales se fera sentir et un impact quantitatif de la doume sera mesurable, quand, pour le moment, cet effet, aussi puissant soit-il, reste dans le domaine du qualitatif.

**Ariane Tichit**

**Danielle Nadal**

**Eric Dacheux**

**Nicolas Duracka**



**Agnès Roche**



**Emilie Ramillien**



**Diego Landivar**



### **Bibliographie :**

Tichit, A., Mathonnat, C., and Landivar, D. (2016) « Classifying non-bank currency systems using web data » *International Journal of Community Currency Research* 20 (Summer) 24-40 ISSN 1325-9547. <http://dx.doi.org/10.15133/j.ijccr.2016.002>

Tichit, A. (2015) « Représentations sociales de la monnaie : contraste entre les citoyens et les porteurs de monnaies locales » *Etudes et Documents du CERDI* n°18, 2015. Article en cours de modification pour contribution à un ouvrage collectif sur « la monnaie, entre unicité et pluralité ». <http://cerdi.org/uploads/ed/2015/2015.18.pdf>