

**Changer le monde en changeant de monnaie : enquête ethnographique sur la monnaie locale du Puy de Dôme, la doume. (discipline : anthropologie)**



Cet article présente les principaux résultats d'une enquête ethnographique, menée entre 2014 et 2015, dans le Puy-de-Dôme, ayant pour but l'analyse de l'expérience de création de la monnaie locale, la doume, par l'association ADML 63 (Association pour le Développement des Monnaies Locales dans le Puy de Dôme). L'étude a porté sur deux groupes distincts : le premier sur les initiateurs de la doume et le second sur ses utilisateurs, avérés ou potentiels. L'observation et l'analyse des initiateurs a tout d'abord montré que l'association a fait converger vers le projet un ensemble de personnes aux affiliations souvent proches, comme des personnes sans affiliations, ce qui a conduit à la formation d'un groupe constitué de réseaux latents et des espaces d'agrégations plutôt que des structures ancrées et stabilisées avec appartenance forte. Cela imprègne à la fois le fonctionnement et la substance du projet associatif : dans la mise en place d'une structure horizontalisante du point de vue de son fonctionnement (décision au consentement par exemple) comme dans sa difficulté à faire émerger un socle idéologique commun de représentations partagées. Les questionnements et enracinements théoriques semblent déjà avoir été menés individuellement, en amont de l'action collective et le sentiment d'urgence d'un passage à l'action, explique aussi cette primauté accordée à l'action plutôt qu'à la constitution d'un socle idéologique commun. C'est la question de la « *réappropriation* » d'un espace collectif politique et démocratique perçu comme confisqué qui donne l'unité au groupe et qui individuellement, renforce les convictions de chacun. Le sentiment d'être dépossédé de la question de la monnaie, de son usage et de son sens, est commun à tous les adhérents et constitue le point de convergence idéologique du groupe.

Le second volet autour des utilisateurs avérés ou potentiels a surtout montré que l'intérêt de la ML est complexe à saisir hors des cercles « d'initiés », et que le niveau de contraintes des consommateurs (temps et budget essentiellement) est un véritable frein à son utilisation. Il apparaît que le choix d'utiliser la doume est le résultat, pour les individus, d'un arbitrage entre d'un côté, la perception de leur niveau de contrainte dans leurs pratiques de consommation et de l'autre, la perception du potentiel qu'a la doume, de transformer la société. En ce qui concerne le niveau de contrainte dans les pratiques de consommation, les consommateurs qui semblent les moins contraints sont sans surprise ceux aux ressources les plus élevées, mais aussi ceux qui n'ont pas de démarche de consommation conscientisée, ainsi que les consommateurs plus urbains, et de manière générale, ceux qui bénéficient d'une adéquation entre la consommation désirée et l'offre qui leur est faite. Les hommes sont également moins contraints dans leurs pratiques de consommation surtout en ce qui concerne la consommation « *de tous les jours* » car ils y consacrent moins de temps et

d'investissement en énergie et en organisation que les femmes. Par ailleurs, la *perception* du niveau de contrainte dans les pratiques de consommation n'est pas toujours corrélée, loin de là, à ces aspects purement factuels. La dimension psychologique joue un grand rôle dans cette perception : un individu peut se sentir fortement contraint alors même qu'il cumule ressources suffisantes, accès aisé, temps et énergie. Ainsi, il ressort que, quelles que soient les raisons et la réalité du niveau de contrainte, lorsque les pratiques de consommation sont vécues comme très contraignantes, la volonté d'utiliser la doume baisse, sauf si le potentiel de transformation sociale et économique de la doume est perçu comme fort. Cette perception est directement dépendante de deux facteurs : la connaissance des mécanismes de bases du système économique et des questions monétaires générales (désigné ici comme *savoir de base*) et la connaissance des critiques adressées aux mécanismes de base du système économique et aux questions monétaires générales (*savoir critique*). La doume est perçue comme ayant le potentiel de transformation le plus haut quand les deux types de connaissance sont maîtrisés et uniquement lorsqu'ils le sont conjointement. L'enquête montre que la maîtrise combinée de ces deux connaissances est le fruit d'un travail volontaire, souvent opiniâtre, qui a demandé un fort investissement personnel et intellectuel. Le temps et l'engagement que la maîtrise de ces savoirs experts (de base et critique) nécessitent semble alors être un frein certain à l'adhésion de potentiels utilisateurs, d'autant plus lorsque les niveaux de contraintes sont importants. Or, il apparaît que dans certains cas, même fortement contraints et ne maîtrisant pas les savoirs de base et savoirs critiques, certains individus se montrent tout à fait enthousiastes quant à la monnaie locale. Les contraintes dans les pratiques de consommation ne sont en effet souvent que la partie visible de l'iceberg : il apparaît que la plupart des individus qui se perçoivent comme contraints sont très souvent en demande d'un renforcement identitaire : plus ils se sentent contraints, c'est à dire sans liberté ni de choix ni d'action, plus le sentiment de vulnérabilité identitaire est fort. La totalité des personnes enquêtées se percevant comme fortement contraintes et présentant de ce fait une vulnérabilité, sont très enthousiastes quant à l'existence d'une monnaie locale, entendue comme monnaie du territoire, de *leur* territoire. Ce sentiment d'appartenance à un territoire (plutôt l'Auvergne que le Puy-de-Dôme) est très fort chez les classes populaires, surtout chez les jeunes. Au contraire, les adhérents actifs 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. On notera qu'ils sont, pour la plupart, plus diplômés que la moyenne, et ont souvent un rapport plutôt critique au concept d'identité, perçu comme potentiellement dangereux et associé aux dérives identitaires. Il nous semble cependant que cette grande distance qui existe dans la perception du local, entre les actifs de l'association et les consommateurs « contraints » peut être problématique, car l'association pourrait se couper d'un grand nombre d'utilisateurs potentiels. Redéfinir plus clairement l'idée de « local », non pas comme un réseau clos purement économique mais comme un espace aussi chargé de représentations et de projections identitaires, pourrait alors être profitable, en se délestant des craintes d'essentialisme identitaire. De la même façon, 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. Pour exemple, la totalité des individus n'ayant pas des modes de consommation bio, solidaire et/ou éthique et malgré tout attachés à la question du « local » étaient unanimes quant à la possibilité d'utiliser la monnaie locale dans leur boulangerie ou boucherie de quartier ou de village, considérant que le « local », c'est aussi le « proche ». Par ailleurs, il nous semble

intéressant de noter que la plupart des individus, lorsqu'ils se perçoivent comme contraints (pas uniquement dans leurs pratiques de consommation), et ne maîtrisent ni le savoir de base ni le savoir critique, se montrent également enthousiastes quant à une monnaie locale, si elle est définie avant tout comme un moyen de réappropriation, de reprise de contrôle, d'un espace collectif confisqué. Il semble que là aussi, la dimension de genre soit importante, et que les femmes, se sentant beaucoup plus contraintes (dans leur quotidien et dans leur liberté d'action et de choix) se révèlent être très réceptives à la monnaie locale si elle est présentée sous l'angle d'une réappropriation. La réappropriation est alors perçue non pas uniquement comme une réappropriation d'un espace collectif confisqué, mais aussi d'un espace *privé* : que la gestion de la consommation de la famille, tâche perçue souvent comme ingrate et vorace en temps/énergie, puisse être associée à une reprise de contrôle, donne aux enquêtées le sentiment d'une double réappropriation, d'une valorisation et prise de pouvoir sur leur propre quotidien.

Les conclusions de cette enquête sont nombreuses mais il ressort principalement que certains thèmes problématiques devraient être approfondis par les initiateurs (adaptation du discours tenu, question du local, question du genre des consommateurs,..). Les pouvoirs publics trouveraient également un levier conséquent d'action globale en soutenant la démarche de la doume.

Contact : ramillien.emilie@gmail.com