

Le cercle des Éconovistes

"La folie, c'est de toujours se comporter de la même manière et de s'attendre à un résultat différent"

- Albert Einstein -



PÉDAGOTHÈQUE

L'ARTICLE

Savoirs de base

MYTHOLOGIE DE L'ÉCONOVIE



CONTACT le carnet-guide



KIT BUDGET



VISUELS EN LIBRE SERVICE



Les savoirs de base recouvrent trois grands domaines : les compétences langagières, les compétences mathématiques et les compétences cognitives. Aujourd'hui, savoir écrire, communiquer, calculer, utiliser un ordinateur, se repérer dans le temps, se déplacer, remplir un chèque,...sont-elles des compétences suffisantes ? Suffisantes pour tenir sa place et défendre ses intérêts dans un environnement où les sollicitations fusent de toutes parts et sont chaque jour plus nombreuses. Nos habitudes de vie sont passées au crible, scrutées en permanence, et les techniques utilisées pour nous inciter à consommer sont plus sophistiquées que jamais. La grande distribution développe le marketing préférentiel individualisé (les NIP : nouveaux instruments promotionnels) qui comprend, entre autres, le cagnottage, les bons d'achat ticket, les cartes de fidélisation,... Les industriels sont devenus des adeptes du greenwashing (appelé aussi écoblanchiment ou

verdissage, et qui consiste à se donner une image écologique responsable), ou du co-branding (alliance entre deux marques) afin d'accroître leurs chances de vendre leurs produits en période de crise. La banque moderne, quant à elle, s'est transformée en championne de la vente additionnelle, proposant des assurances, des forfaits téléphoniques, et accessoirement des produits bancaires. Enfin, l'arrivée d'Internet et la place grandissante des réseaux sociaux ont permis l'émergence de nouvelles techniques publicitaires telles que le ciblage comportemental ou le marketing viral, qui ont bouleversé nos modes de consommation.

Connaitre ces mécanismes – et savoir comment leurs faire face - devient incontournable et doit venir compléter les savoirs de base existants, sous peine d'œuvrer pour un objectif d'insertion social relatif, qui reviendrait à laisser un aveugle traverser seul un champ de mines sous prétexte que l'on vient de l'équiper d'une canne blanche...

TEXTO CONSO

2768 : c'est le nombre d'heures (sur 8760 que compte une année) de publicités louées aux annonceurs en 2012 sur les 6 premières chaînes de TV françaises. Source OIP

TEXTO CULTURE

A lire : La caverne des idées, de José Carlos SOMOZA. Actes Sud.
A écouter : l'album d'Angus & Julia Stone, Down the Way.

L'ACTU

Le **Point Info Famille de la Vendée** est un lieu d'accueil, d'écoute, d'information et d'orientation au service de toutes les familles du département sur tous les domaines de la vie familiale. En partenariat avec le **CCAS de la Guyonnière** (85), il a organisé, dans un objectif de sensibilisation, une conférence sur le thème « consommation et parentalité » et a demandé à l'IFccac de l'animer.

Contact : Mme Christine DURIEZ, Conseillère Point Info Famille
pointinfofamille@udaf85.unaf.fr SITE : www.udaf85.fr

Christophe Marchand

Tél: 06.16.65.45.73

c.marchand.ifccac@free.fr

ifccac.free.fr