

RESSOURCE GRATUITE • COURS N° 8

Comprendre le consumérisme

Du désir d'achat au choix conscient

Niveau : initiation • Public : curieux et étudiants

Temps de lecture indicatif : 40 à 50 minutes • Aucun prérequis

Consommer est normal. Comprendre ce qui guide nos achats permet de choisir avec davantage de liberté.

FOX717 - Apprendre. Créer. Construire ensemble.

Bienvenue dans ce huitième cours

Nous consommons tous : pour nous nourrir, nous déplacer, nous chauffer, nous vêtir, apprendre ou nous divertir. Le problème n'est donc pas l'achat en lui-même. La question commence lorsque la consommation devient une manière centrale de se définir, de se comparer ou d'apaiser une émotion, parfois au-delà de l'utilité réelle.

Le mot consumérisme possède deux sens. Historiquement, il désigne aussi la défense des droits et des intérêts des consommateurs. Dans ce cours, nous emploierons son sens courant : un mode de vie qui accorde une place excessive à l'acquisition et au renouvellement des biens.

À LA FIN DE CE COURS, VOUS SAUREZ

distinguer besoin, désir, plaisir et consommation ostentatoire ;
expliquer comment l'attention, la comparaison et l'urgence influencent une décision ;
analyser une boucle d'achat sans culpabiliser la personne ;
évaluer le coût total et les effets différés d'un achat ;
utiliser une méthode simple pour acheter moins automatiquement et davantage en conscience.

1. Une distinction de départ

- **Besoin** : répond à une fonction importante : se nourrir, se protéger, communiquer ou travailler.
- **Désir** : attirance pour une expérience, un objet ou une image de soi ; il peut être légitime sans être indispensable.
- **Consumérisme** : usage répété de l'achat pour prouver sa valeur, calmer une tension ou suivre un renouvellement permanent.

À RETENIR

Un objet peut être utile et symbolique à la fois. L'objectif n'est pas de juger un achat isolé, mais d'observer la fréquence, la fonction, le coût et la liberté réelle de décision.

2. De la consommation au « toujours plus »

Acheter peut apporter confort, sécurité, plaisir, gain de temps ou participation à une culture. Le commerce finance aussi des emplois et l'innovation. Une lecture critique du consumérisme ne transforme donc pas chaque consommateur en coupable.

2.1 Quatre fonctions possibles d'un achat

- **Utilité** : un manteau chaud, une réparation, un repas ou un outil de travail.
- **Expérience** : un livre, une sortie ou un vêtement choisi pour le plaisir qu'il procure.
- **Identité** : un style, un groupe d'appartenance, un souvenir ou une valeur personnelle.
- **Statut** : un signe visible destiné à impressionner, se rassurer ou éviter le sentiment d'être « moins bien ».

2.2 Le glissement consumériste

- remplacer un objet qui fonctionne encore uniquement parce qu'un nouveau modèle existe ;
- accumuler des produits « au cas où », puis ne pas les utiliser ;
- acheter pour une seule photo, une promotion ou le regard supposé des autres ;
- confondre progressivement valeur personnelle et valeur des possessions.

UNE BONNE QUESTION

Si personne ne voyait cet achat et si aucune promotion n'était affichée, le voudrais-je encore autant ? La réponse ne condamne rien : elle révèle simplement une partie de la motivation.

2.3 Un continuum, pas une étiquette

Le même achat peut être raisonnable pour une personne et problématique pour une autre selon ses ressources, son usage, ses contraintes et ses priorités. On étudie un système de décisions ; on ne réduit pas quelqu'un au mot « matérialiste ».

3. Comment le désir est-il sollicité ?

La publicité peut informer sur l'existence, le prix ou les qualités d'un produit. Elle cherche aussi à associer ce produit à une émotion, une identité ou une promesse sociale. Entre information honnête et manipulation trompeuse, il existe de nombreuses formes de persuasion.

3.1 Cinq leviers fréquents

- **Attention** : une image marquante ou une notification interrompt ce que nous faisons.
- **Preuve sociale** : avis, influenceurs et compteurs donnent l'impression que « tout le monde » choisit ce produit.
- **Rareté** : compte à rebours, stock prétendument faible ou offre éphémère raccourcissent la réflexion.
- **Personnalisation** : recommandations et publicités s'adaptent à nos recherches, nos clics ou notre profil probable.
- **Architecture du choix** : un bouton très visible et une option de refus discrète peuvent orienter le choix.

3.2 Les interfaces trompeuses

La Commission européenne appelle « dark patterns » les interfaces conçues pour pousser les consommateurs vers des décisions qui ne servent pas leur intérêt : abonnements difficiles à refuser, cases précochées, coûts révélés tardivement ou pression artificielle.

LE TEST DES TROIS COUCHES

INFORMATION : que sais-je réellement ? ÉMOTION : que me fait-on ressentir ? ACTION : quel geste l'interface rend-elle le plus facile ? Séparer ces couches redonne du temps à la décision.

3.3 Garder une juste mesure

Être influencé ne signifie pas être sans volonté. Nous pouvons apprendre à reconnaître les procédés, comparer les informations et créer un délai. La responsabilité appartient aussi aux entreprises et aux règles qui encadrent les pratiques déloyales.

4. Acheter pour être vu, appartenir ou se rassurer

En 1899, l'économiste et sociologue Thorstein Veblen décrit la consommation ostentatoire : certaines dépenses servent à rendre visible une position sociale. Aujourd'hui, les marques, les objets technologiques et les images publiées en ligne peuvent encore jouer ce rôle de signal.

4.1 La comparaison change la norme

- nous voyons surtout les acquisitions mises en scène, rarement les renoncements, les dettes ou les objets inutilisés ;
- un groupe peut transformer un luxe en minimum attendu ;
- l'habitude réduit l'effet de nouveauté et déplace rapidement le seuil du « suffisant » ;
- la comparaison ascendante peut donner l'impression d'être continuellement en retard.

4.2 L'objet comme message

Un achat peut dire : « je suis compétent », « j'appartiens à ce groupe », « je réussis » ou « je prends soin de moi ». Ces significations ne sont pas fausses. Elles deviennent fragiles lorsque l'objet doit sans cesse confirmer une valeur que la personne ne ressent plus sans lui.

PETIT EXERCICE

Choisis un objet que tu désires. Écris trois colonnes : ce qu'il fera concrètement, ce qu'il dira de toi, et l'émotion que tu espères ressentir. Puis imagine deux autres moyens d'obtenir la même fonction ou la même émotion.

4.3 Sortir du classement permanent

La liberté ne consiste pas à ne plus aimer les objets. Elle consiste à pouvoir apprécier un produit sans lui confier la mesure de sa réussite, de son appartenance ou de sa dignité.

5. La boucle d'achat : du déclencheur au coût différé

Le cours précédent montrait comment une conduite peut être renforcée par un soulagement immédiat. L'achat peut suivre une boucle voisine, sans être automatiquement une addiction.

5.1 Une boucle en cinq étapes

1. Déclencheur - ennui, stress, comparaison, publicité, promotion ou notification.
2. Promesse - « je serai mieux, reconnu, apaisé ou enfin à jour ».
3. Achat - facilité par le paiement enregistré, le crédit, la livraison rapide ou l'urgence affichée.
4. Effet immédiat - excitation, soulagement, sentiment de contrôle ou anticipation du colis.
5. Coût différé - regret, dette, encombrement ou nouvelle envie ; la boucle peut alors recommencer.

5.2 Achat émotionnel ou achat compulsif ?

Acheter une fois pour se reconforter ne suffit pas à parler de trouble. L'achat compulsif est étudié comme un trouble possible, mais son classement clinique reste discuté. L'évaluation porte sur la perte de contrôle, la répétition et le retentissement important.

- promesses répétées d'arrêter qui ne tiennent pas ;
- achats cachés, mensonges, dettes ou conflits ;
- temps envahissant consacré à chercher, acheter ou réparer les conséquences ;
- culpabilité forte suivie d'un nouvel achat pour calmer cette culpabilité.

QUAND DEMANDER DE L'AIDE

Si les achats menacent le logement, l'alimentation, les études, les relations ou la santé mentale, parle rapidement à un médecin ou à un psychologue. Pour les dettes, un Point Conseil Budget peut aussi aider à faire le point.

6. Les coûts visibles et invisibles

Le prix affiché ne raconte qu'une partie de l'histoire. Un achat engage parfois du temps, de l'attention, de l'entretien, de l'espace et des ressources naturelles.

6.1 Le budget et le temps

- mensualités et paiements fractionnés peuvent masquer le total réel ;
- frais de livraison, accessoires, abonnements, énergie et réparations s'ajoutent au prix ;
- chercher la bonne affaire, recevoir, ranger, revendre ou jeter consomme aussi du temps ;
- une dépense répétée réduit les choix futurs, même lorsqu'elle paraît petite isolément.

6.2 Le bien-être et les relations

- la comparaison permanente peut nourrir l'insatisfaction ;
- l'encombrement crée une charge mentale et rend certains objets invisibles ;
- les achats cachés peuvent abîmer la confiance ;
- la recherche du prochain produit peut remplacer des activités plus durables.

6.3 Le cycle de vie d'un objet

Extraction des matières, fabrication, transport, usage et fin de vie produisent des impacts différents. Pour de nombreux produits, une part importante des impacts se situe avant l'achat. Prolonger la durée d'usage, réparer, réemployer ou partager permet donc souvent d'éviter une nouvelle fabrication.

RAISONNER EN COÛT COMPLET

$\text{PRIX D'ACHAT} + \text{frais et accessoires} + \text{coût d'usage} + \text{entretien} - \text{valeur de revente} = \text{coût total}$
approximatif. Ajoute ensuite le temps mobilisé et demande-toi si l'usage prévu le justifie.

7. La méthode PAUSE avant d'acheter

Une règle efficace doit être assez simple pour être utilisée au moment réel. PAUSE transforme une impulsion en décision examinée.

P — Patienter

Ferme la page ou quitte le magasin. Attends au moins vingt-quatre heures pour un achat non essentiel, davantage s'il est coûteux. Une offre qui interdit toute réflexion mérite une vigilance supplémentaire.

A — Analyser

Quel besoin, quelle émotion ou quelle comparaison a déclenché l'envie ? Qu'est-ce qui est certain, et qu'est-ce qui relève de la promesse publicitaire ?

U — Usage et coût total

Combien de fois l'utiliseras-tu ? Possèdes-tu déjà un équivalent ? Calcule le coût total et, si cela aide, le coût par usage : $\text{prix total} \div \text{nombre réaliste d'utilisations}$.

S — Solutions alternatives

Réparer, emprunter, louer, acheter d'occasion, mutualiser, choisir un modèle durable ou ne rien acheter pour l'instant : l'alternative doit répondre à la fonction recherchée.

E — Engager un choix

Décide oui ou non, puis note la raison. Si tu achètes, fixe les conditions : budget, durée d'usage visée, entretien et destination de l'ancien objet.

LES TROIS QUESTIONS MINIMALES

En ai-je réellement besoin ? Vais-je l'utiliser souvent ? Est-ce pour moi ou surtout pour produire une impression ? Une réponse honnête vaut mieux qu'une règle parfaite.

8. Reprendre la main en sept jours

Cet exercice n'impose pas une semaine sans achat. Il sert à rendre visibles les déclencheurs et à tester de petites modifications.

8.1 Le carnet d'achat

- **Projet** : objet envisagé, prix total et mode de paiement ;
- **Déclencheur** : lieu, heure, publicité, influence ou émotion présente ;
- **Envie** : intensité de l'envie de 0 à 10 et promesse imaginée ;
- **Décision** : usage prévu, alternative disponible et délai appliqué ;
- **Après** : satisfaction après une heure, un jour et une semaine.

8.2 Le cas du smartphone

Un nouveau modèle apparaît alors que le téléphone actuel fonctionne. PAUSE conduit à vérifier la batterie, les mises à jour, le stockage, la réparabilité, le prix de reprise et l'usage qui manque réellement. Le bon choix peut être une réparation, un appareil reconditionné, un achat neuf durable ou le maintien de l'appareil actuel.

8.3 Rendre le choix conscient plus facile

- désactiver les notifications commerciales et retirer la carte enregistrée ;
- se désabonner des sollicitations qui déclenchent le plus d'achats ;
- tenir une liste d'attente avec la date et la fonction recherchée ;
- prévoir un budget plaisir explicite plutôt que compter sur la culpabilité ;
- réparer, prêter, donner ou revendre avant d'accumuler.

CONSOMMER RESPONSABLE N'EST PAS SE PUNIR

L'objectif est d'aligner les achats avec ses besoins, son budget et ses valeurs : moins souvent lorsque c'est possible, mais aussi mieux choisi, mieux entretenu et plus longtemps utilisé.

Quiz de compréhension

Répondez d'abord sans revenir au cours. Le corrigé se trouve à la page suivante.

1. Quels sont les deux sens principaux du mot consumérisme ?
.....
2. Pourquoi consommer n'est-il pas en soi un problème ?
.....
3. Quelles sont les quatre fonctions possibles d'un achat présentées dans le cours ?
.....
4. Qu'est-ce que la consommation ostentatoire selon Veblen ?
.....
5. Quels sont les cinq leviers de persuasion étudiés ?
.....
6. Qu'appelle-t-on un dark pattern ?
.....
7. Quelles sont les cinq étapes de la boucle d'achat ?
.....
8. Quels signes peuvent faire penser à un achat compulsif problématique ?
.....
9. Quels coûts faut-il ajouter au prix affiché ?
.....
10. Que signifient les cinq lettres de la méthode PAUSE ?
.....
11. Quelles informations inscrire dans le carnet d'achat pendant sept jours ?
.....
12. Citez quatre alternatives possibles à l'achat neuf immédiat.
.....

Corrigé du quiz

1. La défense des droits des consommateurs et, au sens courant de ce cours, un mode de vie centré excessivement sur l'acquisition et le renouvellement des biens.
2. Parce qu'elle répond à des besoins, apporte de l'utilité ou du plaisir et participe à l'activité économique ; c'est l'automatisme, l'excès ou le dommage qui doivent être examinés.
3. Utilité, expérience ou plaisir, identité ou appartenance, et statut ou impression produite.
4. Une dépense qui rend visible une position sociale ou une respectabilité supposée.
5. Attention, preuve sociale, rareté, personnalisation et architecture du choix.
6. Une interface conçue pour orienter une personne vers une décision qui ne sert pas son intérêt.
7. Déclencheur, promesse, achat, effet immédiat, puis coût différé et possible répétition.
8. Perte de contrôle répétée, achats cachés, mensonges, dettes, conflits, temps envahissant et culpabilité suivie d'un nouvel achat.
9. Frais, accessoires, abonnements, énergie, entretien, temps mobilisé et valeur de revente éventuelle.
10. Patienter, Analyser, évaluer l'Usage et le coût, chercher des Solutions, puis Engager un choix conscient.
11. Projet et prix, déclencheur, intensité de l'envie, promesse, usage prévu, alternative, délai, décision et satisfaction différée.
12. Réparer, emprunter, louer, mutualiser, acheter d'occasion ou différer l'achat.

AUTO-ÉVALUATION

Vous maîtrisez une notion si vous pouvez expliquer un mécanisme sans juger le consommateur, distinguer influence et contrainte, puis proposer une action réaliste.

Mise en situation

Une étudiante veut acheter un ordinateur en promotion. Le sien fonctionne, mais elle se compare à ses camarades et l'offre se termine dans deux heures. Réponse attendue : reconnaître la pression sociale et l'urgence ; fermer la page ; préciser l'usage manquant ; calculer le coût total ; envisager mise à niveau, réparation ou reconditionné ; décider après un délai compatible avec son budget.

Glossaire essentiel

Achat compulsif. Achats répétés et difficiles à contrôler, associés à une souffrance ou à des conséquences importantes.

Architecture du choix. Manière d'organiser une interface ou une situation afin de rendre certaines options plus probables.

Besoin. Fonction importante à satisfaire ; les moyens choisis pour y répondre peuvent varier.

Consommation ostentatoire. Dépense destinée notamment à signaler un statut ou une position sociale.

Consumérisme. Défense des consommateurs ou, au sens courant, place excessive accordée à la consommation.

Coût total. Prix d'achat augmenté des frais d'usage, d'entretien et du temps mobilisé, après éventuelle revente.

Dark pattern. Interface trompeuse ou orientée qui pousse vers une décision contraire à l'intérêt du consommateur.

Économie circulaire. Organisation visant à réduire l'usage de ressources et à prolonger la vie des produits.

Preuve sociale. Tendance à interpréter le choix des autres comme un indice du bon choix.

Réemploi. Nouvel usage d'un produit qui n'est pas devenu un déchet, avec ou sans préparation légère.

Pour aller plus loin : sources fiables

- [Académie française - Consumérisme](#) — les deux sens du terme
- [Thorstein Veblen - The Theory of the Leisure Class](#) — texte de 1899 sur la consommation ostentatoire
- [Commission européenne - Contrôles coordonnés des sites](#) — interfaces trompeuses et protection des consommateurs
- [Commission européenne - Pratiques commerciales déloyales](#) — cadre européen
- [ADEME - Allonger la durée d'usage des objets](#) — bénéfices économiques et environnementaux
- [ADEME - Économie circulaire](#) — cycle de vie, ressources et sobriété
- [ADEME - Réemploi et réutilisation](#) — solutions pour prolonger l'usage
- [Müller et coll. - Buying-shopping disorder](#) — critères proposés et prudence diagnostique
- [Müller et coll. - Treatment update](#) — état des connaissances sur l'achat compulsif

NOTE PÉDAGOGIQUE

Ce cours propose des repères d'éducation critique et ne pose aucun diagnostic. Les sources et liens ont été vérifiés en août 2026.