

## Thème 1 Q2. La consommation : un marqueur social ?

**Objectif** : montrer que les choix de consommateurs sont socialement différenciés.

**Notions à connaître** : Consommation ostentatoire ; effets de distinction et d'imitation.

### Document 1



© Gérard Mathieu, pour Alternatives économiques

❶ Quel est le point commun entre ces trois images ? Qu'est-ce qui les différencie ?

❷ Ces biens sont-ils accessibles à l'ensemble des ménages ? Justifiez vos réponses.

**Document 2 :**

<http://vimeo.com/15293153> Effet Veblen/ Consommation ostentatoire : 5min 13 ; Je consomme donc je suis/ Arte Thema

❸ Que signifie le terme : **consommation ostentatoire** utilisé par le commentateur ?

**Document 3 :** Accès à un ordinateur et à Internet en France selon la catégorie socioprofessionnelle

PCS de la personne de référence du ménage( en %)	N'ont pas d'ordinateur au foyer	Disposent d'Internet haut débit
Agriculture	<b>53</b>	26
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	38	51
Cadres et professions intellectuelles supérieures	13	78
Professions intermédiaires	20	68
Employés	44	<b>40</b>
Ouvrier	46	40

Source : DEPS ministère de la culture et de la communication, enquêtes sur les pratiques culturelles des français à l'ère du numérique. 2008

❶ Donnez la signification des chiffres en gras et interprétez.

❷ Montrez à l'aide des données statistiques que les membres des différentes catégories n'ont pas un accès égal à internet.

**Synthèse :**

**Complétez la synthèse à l'aide des termes suivants :** consommation , besoins, revenu, prix, acte social, un groupe social, l'effet d'imitation, d'effet de distinction, consommation ostentatoire, société de consommation.

- La ..... permet aux différents agents économiques (ménages, mais aussi entreprises ou administrations) de satisfaire un certain nombre de ..... Elle dépend d'abord du .....des consommateurs et du ..... des biens ou services proposés à la consommation.
- Cependant la consommation est un ..... qui permet aux individus et aux ménages de manifester leur appartenance à ..... ou leur volonté d'accéder à un groupe social.
- C'est pourquoi un acte de consommation peut être la manifestation d'un désir d'imiter un groupe social modèle : il s'agit de ..... ; il peut être aussi la traduction d'une volonté de se distinguer des autres, par exemple pour se démarquer en affirmant son appartenance à un groupe social plus élevé que le sien. On parle alors ..... ; celui-ci peut alors se traduire par une ..... dont le but est de montrer aux autres la supériorité de sa propre position.

On appelle ..... la société qui veut susciter toujours plus de besoins de la part des consommateurs.

Grille d'auto-évaluation

Niveau de maîtrise des compétences	A	ECA	NA
Etre capable de définir et d'illustrer les notions :			
★ Consommation ostentatoire			
★ Effets de distinction			
★ Effets d'imitation			
Etre capable de sélectionner et d'utiliser les informations			
Etre capable d'interpréter une donnée			

A = acquis  
ECA = en cours d'acquisition  
NA = non acquis

