

PRATIQUES COMMERCIALES : ENTRE TRADITION, COLLABORATION ET INNOVATION

1. Contextualisation

L'e-commerce et la consommation collaborative sont deux pratiques fréquemment rencontrées dans nos sociétés, chacune influençant de manière significative la façon dont les gens consomment. Cette situation d'apprentissage propose d'aborder, via des outils concrets, ces deux pratiques afin de susciter l'observation, le questionnement, la recherche et la réflexion de l'élève.

2. Objectifs

Susciter, sur la base de recherches et d'exemples concrets, la réflexion de l'élève sur différents moyens de se procurer un bien de consommation en différenciant le commerce traditionnel de l'e-commerce. Exemplifier quelques pratiques de consommation collaborative (seconde main, partage ou location de biens et services...) et comparer le rôle de l'agent économique « ménages » dans le cadre de celle-ci (il n'est plus uniquement demandeur, mais également offreur de biens et services). Analyser les impacts économiques, sociaux et environnementaux de ces différents modes de consommation.

3. Attendus d'apprentissage mis en œuvre et à structurer dans le cours

APPROCHE CRITIQUE DE L'INFORMATION	SE SITUER DANS SON ENVIRONNEMENT	DÉMARCHES D'INVESTIGATION EN SCIENCES HUMAINES	USAGES NUMÉRIQUES DISCIPLINAIRES	PRATIQUE(S) DE TERRAIN
--	--	---	--	---------------------------

Attendus d'apprentissage liés à l'Éducation à la philosophie et à la citoyenneté

Élaborer un questionnement philosophique

- Comparer et confronter différentes alternatives. (SF)

Prendre position de manière argumentée

- Justifier sa prise de position par des arguments ; identifier différents éléments pour prendre position (valeurs - normes). (SF)
- Identifier différentes raisons (valeurs, normes...) d'une prise de position ou d'une action. (SF)
- Distinguer intentions - conséquences. (SF)
- Reformuler ce que l'autre a dit pour vérifier qu'on l'a compris. (SF)
- Prendre en compte les apports et les objections de l'autre. (SF)
- Questionner une situation depuis une perspective différente de la sienne. (SF)
- Identifier une raison, un argument dans une prise de position. (S)
- Identifier - exemplifier : intérêt personnel, particulier, collectif, général. (S)

Savoirs

- **Distinguer** commerce traditionnel et e-commerce du point de vue tant du consommateur (accès, prix...) que de leurs impacts (environnementaux, sociaux...).
- **Exemplifier** des pratiques de consommation collaborative et d'e-commerce différentes.
- **Comparer** les fonctions de l'agent économique « ménages » sur le marché traditionnel et le marché collaboratif.

Compétence

- **Formuler** un avis argumenté sur différentes pratiques de commerce à partir de l'analyse des impacts économiques, sociaux et environnementaux de la consommation collaborative et de l'e-commerce par rapport au commerce traditionnel.

Concepts mis en œuvre

- La consommation : commerce traditionnel, e-commerce, consommation collaborative*
- Les échanges : marché collaboratif via le numérique

4. Consignes données à l'élève, tâches et production(s) attendue(s)

Étape 1	Quelques concepts Avec l'ensemble de la classe et à partir de la vidéo présentée par ton professeur, définis la notion de consommation collaborative et compare le rôle de l'agent économique « ménages » sur le marché traditionnel et le marché collaboratif.
Étape 2	Recherche Tu as besoin d'un vélo, d'un livre, d'un jeu vidéo... Effectue une recherche sur les différentes possibilités pour te procurer ce bien : - dans un magasin traditionnel et dans un commerce en ligne - dans un magasin traditionnel et via un système de partage ou de prêt
Étape 3	Synthèse Avec l'aide de ton professeur, liste, dans un tableau, des avantages et inconvénients de chacune des possibilités et leurs impacts économiques, sociaux et environnementaux.
Étape 4	Avis argumenté Quelle solution choisis-tu pour te procurer ce bien ? Réalise une présentation orale afin de justifier ton choix sur la base du tableau précédent.

5. Consignes pour l'enseignant

La première étape a pour objectif de définir la notion de consommation collaborative. La vidéo suivante peut-être un support intéressant : [La consommation collaborative](#)



Cette étape a également pour but de mettre en évidence le rôle différent de l'agent économique « Ménages » sur le marché traditionnel (consommer par la possession) et le marché collaboratif (consommer par l'usage). On peut illustrer cela par des exemples simples :

- J'ai besoin d'un livre. Je peux l'acheter et le conserver chez moi (possession) ou l'emprunter dans une bibliothèque (usage).
- Mes parents ont besoin d'une foreuse. Ils peuvent l'acheter (possession) ou la louer via une plateforme de partage et de location entre particuliers (usage).

A l'étape 2, en partant du projet d'achat d'un bien de consommation, l'élève cherchera les différentes possibilités pour se procurer ce bien et réfléchira aux impacts de celles-ci.

Cette situation peut être organisée par groupe. Chacun des groupes choisira alors un bien de consommation différent.

Pour l'exercice de synthèse, nous suggérons de se baser sur le tableau suivant à adapter selon le bien choisi :

	Commerce traditionnel	E-commerce	Consommation collaborative ⁴⁵
Point de vue du consommateur			
Accès et disponibilité	Le client doit se rendre physiquement dans le magasin	Accessible de n'importe où avec une connexion internet	
Heures d'ouverture	Souvent limité par des horaires d'ouverture spécifiques	Disponible 24h/24h, pas de contraintes horaires, l'achat peut se faire à tout moment mais le délai de livraison peut varier	
Expérience d'achat	Tactile et interactive, possibilité de voir, toucher et essayer les produits	- Basée sur des images, descriptions et critiques en ligne - Risques liés aux normes de sécurité non respectées et à la qualité des produits (notamment contrefaçons)	Risques liés à la sécurité et à la qualité des produits/services partagés
Prix	Prix généralement plus élevés en raison des coûts associés (location, salaires des employés...)	Prix parfois réduits, mais auquel peuvent parfois s'ajouter des frais de transport	Réduction des prix grâce au partage, à l'échange, à la seconde main...
Impacts environnementaux et sociaux			
Environnement	- Déplacement des consommateurs vers les magasins - Emballages et déchets moins importants	- Livraison à domicile ou dans des points relai - Surconsommation d'emballages - Flux mondiaux (augmentation des rejets de CO2)	- Réduction des déchets par le partage et la réutilisation - Usage et non possession
Emploi	Emplois, dans les magasins, physiques et proches	Emplois dans la logistique et dans la technologie	Emplois en fonction du bien choisi
Interactions	Favorise les interactions en face à face avec les vendeurs et les clients, notamment s'il s'agit d'un commerce local	- Interactions virtuelles, avec des commentaires en ligne et des forums éventuels - Service après-vente délocalisé et/ou difficile à joindre	Promotion de l'économie locale et des interactions sociales

Pour l'avis argumenté, vous préciserez aux élèves ce que vous attendez en matière de production ainsi que les critères et indicateurs qui seront utilisés pour valider cette tâche.

6. Ressources

[L'économie collaborative, quels avantages et inconvénients pour le consommateur ?](#)

[La consommation collaborative](#)



45 À adapter en fonction du bien choisi. Toutes les cases ne seront pas nécessairement complétées