

Le Change

ca a du ...

Sens

L A



C O N S O M M A T I O N



Edito

Nous re-voilà pour un second numéro.

Depuis le début de cette année, l'équipe de Mic-Ados s'est transformée en équipe rédactionnelle. Et pour ce deuxième numéro, à nouveau, quel défi ! Mais ce challenge bi-mensuel est riche d'échanges, de rencontres et de prises de parole.

Cette deuxième édition est consacrée à la consommation dans sa dimension consumériste.

Les médias et les politiques nous parlent constamment de la crise économique, cela en devient parfois stressant ou angoissant ... Mais un côté positif de cette crise est qu'elle nous encourage peut-être à revoir, à remettre en question nos comportements de consommateurs ; à penser autrement et à consommer différemment. Nous faisons le choix de la récup', de consommer malin, du local ...

Cependant, certains d'entre nous n'ont pas attendu la crise pour la récup' ou la débrouille, mais sont depuis déjà bien longtemps contraints de pratiquer dans une gymnastique quotidienne pour arriver à « nouer les deux bouts ». Si cette consommation à la marge n'est pas facile au quotidien et pas toujours choisie, vous découvrirez dans ces pages qu'elle permet néanmoins parfois de (re)découvrir et/ou de (ré)apprécier les choses simples de la vie. Même si cela est plus facile à accepter quand on en fait le choix que lorsqu'on y est contraint ...

Ne pas toujours tout avoir tout de suite permet d'apprendre à vivre et à gérer sa frustration. Ce qui nous fait grandir, que l'on soit adulte ou enfant ...

Bonne lecture et n'oubliez pas de partager ce magazine et les réflexions qu'il vous inspire autour de vous (et avec nous ...) !

L'équipe de Mic-Ados

Equipe de rédaction :

Enfants : Isabeau, Sandrine, Steven, Fanny et Sarah

Ados : Élodie, Mahdia, Émilie et Michel

Parents : Hajira, Chantal, Bianca, Geneviève et Edmond

L'équipe de Mic-Ados

Sommaire:

Dossier 3

Outils/jeux..... 8

Astuces 9

Rubrique juridique 10

Expression libre 11

Agenda..... 12



Dossier: la consommation

LES ADOS « EN CAUSENT »

Durant la semaine où nous écrivions cet article, lors d'une rencontre collective proposée par Mic-Ados, un jeune nous a montré d'emblée son nouveau polo et a ajouté: « 70 euros ». Quand je lui ai dit que ça me semblait trop cher et qu'il pourrait en acheter un autre à moitié prix, il m'a répondu que celui-là était « plus beau et flexible » mais aussi que ça le rendait plus « populaire ».

Si nous sommes parfois sensibles au pouvoir des marques, les entreprises savent bien que les enfants et les jeunes sont les plus vulnérables: ils sont des « proies faciles ». Pourtant, tous les jeunes n'ont pas la même relation avec les marques, ça dépend de leurs principes, de la situation économique de leurs familles, mais aussi de la disposition des parents à acheter toujours ce que leurs enfants veulent. Un des jeunes nous a fait un brillant commentaire pour clarifier la relation triangulaire entre marques, parents et enfants: « Si les enfants sont des proies faciles pour les marques, les parents sont parfois les proies de leurs enfants ».

Alors qu'en disent les ados? Ils se rendent compte que leurs demandes d'achats sont guidées par la mode et l'impact sur le groupe de jeunes qu'ils côtoient. Il apparaît très important d'adopter des signes extérieurs, tels des marques et des gadgets à la mode, pour élargir le cercle de ses copains et pour se sentir membre d'un groupe. Et, comme précisé plus haut, même s'ils se disent victimes de la pub, ils « avouent » arriver à amadouer leurs parents, afin d'avoir un peu plus d'argent, de crédit téléphonique, de vêtements de marques, de produits de maquillage... Ils nous précisent qu'ils utilisent les promesses, qu'ils disent tenir jusqu'au bout, pour convaincre: les fameux « je te jure que je serai très sage, je ferai tout ce que tu me demanderas, j'étudierai mes cours... » et que « parfois, ça marche ». Ils parlent de certains de leurs copains qui ont « tout ce qu'ils veulent et qui ne font pas attention ». M nous parlera de son copain qui a toujours le dernier cri en matière de téléphonie mobile, de chaussures, de vêtements et de « gadgets » en tous genres, mais « il ne se rend pas compte de tout cela, il demande toujours plus, il reçoit toujours plus et, je crois, n'est pas plus heureux ». En arrière plan, les ados nous signalent qu'ils ne sont pas certains que d'avoir tout ce qu'ils veulent leur amène le bonheur promis et que les autres ne les aiment pas plus, car « au fond,



qu'est-ce que ça change de tout avoir? », grande question s'il en est.

Les supports utilisés lors de nos rencontres concernant ce thème sont des vidéos et un jeu amenant les jeunes à se retrouver en équipe. Les équipes prennent place autour d'un plateau symbolisant une année, leur sont remis un pécule de départ et des consignes claires pour les dépenses; bien entendu le jeu a aussi ses embûches et ses questions, des moments de chance comme de malchance et tourne autour d'une tirelire qu'il est important de ne pas aller casser... « comme dans la vie » précise l'une des participantes. À la fin de l'année, nous faisons les comptes, il apparaît important de se poser un moment pour que chacun réalise un état des lieux des finances et puisse en discuter, et pourquoi pas la banque en spécifiant avec humour « c'est le moment d'avoir la dringuelle de fin d'année »... Ils ne perdent pas le nord ces ados. Les personnalités, propres à chaque ado, se marquent dans un débat autour de l'intérêt de dépenser, d'épargner, de prévoir et de ne pas tomber dans des pièges de consommation irréfléchie.

Lors de nos rencontres, les ados nous questionnent sur un aspect plus « éthique » de la consommation et de la production en terme d'impact pour la planète. Quelles sont les conséquences pour les êtres humains et les ressources de la terre? Le sujet concernant l'enjeu d'une production massive est très intéressant. « D'où viennent toutes ces choses, qui les fabrique et où vont-elles une fois utilisées? ». « Pourquoi les marques sont-elles si chères? ». Une information ciblée et pertinente pourrait nourrir la réflexion et les amener à être des consommateurs avertis.

Consommer apparaît comme une nécessité remplissant des besoins tels manger, boire, avoir un toit au dessus de sa tête, se vêtir, mais aussi des besoins d'un autre ordre de conception comme l'appartenance et la reconnaissance. Une juste mesure pourrait être trouvée. Pouvoir élargir le débat avec les jeunes générations afin d'avoir leur point de vue, leurs réflexions et, pourquoi pas, des idées et des solutions pourrait s'avérer interpellant pour les adultes mais, surtout, bénéfique pour tous.

QU'EN DISENT LES ENFANTS...

C'est au départ d'un jeu de l'oie que nous nous sommes intéressés à la question des consommations avec un groupe d'enfants âgé de 5 à 11 ans. Le but étant d'amener la discussion sur base de questions concrètes traitant de la consommation. Vous trouverez donc ici une synthèse de la rencontre et des échanges réalisés autour de 4 grandes thématiques qui sont:

- L'habillement et les accessoires.
- L'alimentation.
- Les jeux des enfants.
- La Culture et les loisirs.

Ce choix est en lien direct avec la réalité des enfants et la manière dont ils sont touchés par la consommation au quotidien.



Qui choisit les vêtements que tu mets le matin ?

Nous pouvons entendre, de manière générale que c'est la maman qui choisit les vêtements à porter et fait les achats afin de remplir l'armoire. Il arrive que l'argent de poche permette à l'enfant de s'acheter ce qu'il souhaite comme un sac à main, un bijou, etc.

En outre, nous avons entendu un enfant de 10 ans nous expliquer que c'est lui qui choisit les vêtements qu'il portera. Il devient dès lors autonome. L'enfant, dans ses explications, nous montre qu'il ne donne pas d'importance au choix de ses habits pour aller à l'école. Lorsque le choix se fait, il n'est pas attentif à l'assortiment des couleurs par exemple. Le choix se fait de manière aléatoire au saut du lit quand le réveil sonne et que les yeux sont encore lourds.

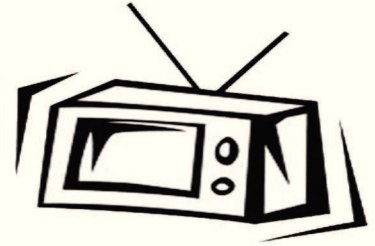
As-tu un vêtement préféré ou un accessoire que tu voudrais et que tu n'as pas ? Parfois, dans les écoles, il y a des marques qui débarquent. Qu'en penses-tu ?

De manière générale, nous constatons que les enfants sont contents de leurs garde-robes. Cependant l'envie d'avoir un pull d'une marque bien précise est très forte. Lorsque nous demandons pourquoi, il s'avère que la plupart des camarades à l'école en possèdent un.

Est-ce que la télévision influence ce que tu manges ? Es-tu attentif aux marques des produits ?

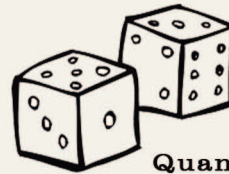
La télévision ne semble pas influencer l'alimentation des enfants et ce, pour deux raisons : premièrement, les émissions regar-

dées ne sont pas interrompues par des pauses publicitaires. Deuxièmement, à la maison, les adultes ne laissent pas le choix (sauf occasionnellement) de ce qui se trouve dans la boîte à tartines, dans l'assiette du repas du soir. Les adultes prennent en compte les possibilités financières de la famille et veillent à la répartition sur l'ensemble du mois à venir.



Combien de temps restes-tu devant la télévision ? Que regardes-tu ?

Les enfants nous apprennent que l'utilisation de la télévision ce n'est pas n'importe quand ! En semaine, le matin, la télévision c'est non ! Pendant les devoirs et les repas, la télévision est également interdite. Mais quand est-elle autorisée alors ? Le mercredi après-midi ainsi que les week-ends, mais les devoirs doivent être impérativement terminés. Quand la télévision est allumée, elle est branchée sur les chaînes spéciales «enfants» telles que Disney Channel et Nickelodéon. Les DVD et Vidéos remportent également un grand succès auprès des enfants.



Quand tu t'ennuies, que fais-tu ?

L'aînée du groupe nous explique qu'elle consulte d'abord son journal de classe pour voir si elle peut s'avancer pour l'école. Elle étudie alors ses leçons et fait ses devoirs pour la semaine voire pour le mois. Ensuite, elle regarde si elle peut travailler pour le catéchisme. Enfin, quand elle est assurée qu'elle n'a plus rien à faire, elle allume la télévision.

A quoi joues-tu à la maison ?

Les jeux de société remportent un vif succès. L'imagination est également au rendez-vous car au départ, par exemple, d'un jeu de touche-touche, de nombreuses variantes sont inventées. La nouvelle technologie est présente avec la Wii et la tablette.

Réalisés-tu des activités en dehors de la maison ? Partages-tu des activités en famille ? Si oui, que fais-tu ?

Nous avons pu constater qu'au sein d'une même famille, tous les enfants n'ont pas une activité précise. Dans les activités citées, le foot et la danse ressortent.

Les activités familiales extérieures semblent rares, mais très appréciées des enfants lorsqu'elles ont lieu.

As-tu déjà entendu parler d'une activité qui a lieu près de chez toi ? Si oui, as-tu envie d'y aller et est-ce possible ?

Lorsqu'une publicité passe à la télévision pour présenter un nouveau dessin animé, film ou spectacle, cela donne envie aux enfants d'aller le voir. Nous constatons donc que l'impact, pour les mêmes enfants, est plus important au niveau culturel qu'au niveau des publicités alimentaires évoquées précédemment.

Un enfant exprime le souhait de pouvoir faire de l'équitation, ce qui n'est pas possible à assumer financièrement pour la famille. En outre, les activités communales de l'accueil extra-scolaire sont appréciées et semblent ici accessibles. Les enfants sont demandeurs d'activités proches de la maison.

Les enfants que nous avons rencontrés semblent, dans le partage que nous avons eu, vivre en toute conscience ce qui est possible et ce qui ne l'est pas en terme d'achat et d'accessibilité. Ils vivent avec la réalité des ressources financières de la famille et s'y adaptent. Ils réfléchissent aux conséquences de leurs demandes et acceptent si le « non » est prononcé par l'adulte. Même si, comme tous les enfants, ils sont soumis à quelques frustrations liées à leurs réalités familiales, ils nous disent et nous montrent leur bien-être.

DES PARENTS PARLENT ...

Un marché parallèle pour les « pauvres ».

Les adultes sont d'accord pour dire qu'il existe un marché économique prévu pour les personnes ayant peu de revenus. Des jouets, des vêtements... sont vendus à bas prix. Les parents se rendent compte que la durée de vie de ces achats est de courte durée et ils ont donc l'impression de jeter de l'argent par les fenêtres.

« Il y a toujours plus de poubelles devant les maisons de pauvres que chez les riches ». En effet, acheter du matériel de seconde main et devoir toujours faire de la récupération engendre de jeter plus vite et d'amasser plus de poubelles.



L'obsolescence programmée

Les adultes se rendent compte que le matériel électronique a une durée de vie moins longue aujourd'hui qu'il y a quelques années. La technologie évolue tellement vite que lorsqu'une machine tombe en panne, il est parfois moins coûteux d'en acheter une nouvelle que de la faire réparer. Les parents se posent la question de savoir si les fabricants sont responsables de cette durée de vie raccourcie.

Ils sont d'accord pour dire que la qualité des produits diminue, mais pas leur prix, et que par la force des choses, ils sont obligés de consommer pour maintenir leur niveau de vie.



A la recherche de nourriture :

Une pratique utilisée par les parents pour faire leurs courses est de se rendre dans des magasins « chers », où les prix sont élevés. En effet, cela les aide à se centrer sur les besoins élémentaires et à ne pas être tentés d'acheter du superflu. Certaines connaissances des adultes ont déjà dû aller chercher de la nourriture dans les poubelles des grands magasins. Dans certains magasins, cette pratique est tolérée, par contre dans d'autres, des produits sont mis dans les poubelles pour rendre les aliments non consommables.

Les parents sont scandalisés par cette pratique et voudraient qu'il y ait une certaine tolérance au niveau des gérants de magasins.

Les adultes ne fouinent pas les poubelles pour le plaisir ou pour avoir de la nourriture gratuite, mais parce que pour certains, c'est un cas de nécessité.

La société pousse à consommer « bio », mais pour certains ce n'est pas possible avec leur budget.

« Le bio coûte trop cher »

La création des Epiceries Sociales qui remplacent petit à petit les colis alimentaires est un système qui permet d'être acteur de ses achats et de ne pas se percevoir comme un mendiant.

La période des fêtes ...

Les fêtes de fin d'année sont une période difficile pour certaines familles. Les réveillons, les cadeaux de Noël, Saint-Nicolas... Tout cela représente un certain coût que des familles ne peuvent pas se permettre. Il arrive que des familles profitent des soldes pour acheter les cadeaux et fêtent donc Noël au mois de janvier.



Le vol, une solution ?

Certains ados sont tentés par des biens de consommation. Pour pouvoir répondre à ce besoin, des jeunes ont déjà volé pour obtenir quelque chose dont ils avaient vraiment envie. Pour les parents, le vol n'est pas une solution. C'est pas parce ils n'ont pas d'argent pour se payer ce dont ils ont envie, que les enfants devraient tenter de voler.

« Parfois, on peut lâcher prise et faire des folies que l'on regrette après ».

L'accès à la culture:

Le moyen le plus facile pour nous de s'informer est la télévision. C'est pourquoi, nous nous permettons de nous acheter une belle télévision écran plat. Même si, bien souvent, on nous en fait le reproche !

Car avoir accès aux loisirs est souvent trop onéreux ou du moins pas permis dans notre budget.

Si nous voulons aller voir un musée, un concert, pratiquer un sport... nous pouvons avoir recours à l' « Article 27 ». Mais encore faut-il prouver que nous sommes pauvres et avoir le courage d'entreprendre les différentes démarches.

Ce système reste stigmatisant pour nous. Par exemple, pour entrer dans un festival, il y a une file exprès pour les « articles 27 » et une autre pour les « gens normaux ».

Savoir ou pouvoir dire non aux enfants ?

Se centrer sur l'achat des besoins vitaux n'est pas évident. En effet, en compagnie des enfants, parfois on craque en leur achetant un paquet de bonbons, un jouet... alors que le budget est serré.

A certains moments, les parents doivent dire non à l'achat de nourriture. Certains parents refusent d'acheter des céréales pour le petit déjeuner. Car ils savent qu'avec des céréales, la consommation de lait est plus importante qu'avec des tartines. Et donc tout doit être calculé pour ne pas exploser le budget de la famille.

Les parents se sont posé la question: doivent-ils expliquer aux enfants pourquoi ils ne peuvent pas acheter ce que leur enfant demande ? Certains des parents pensent qu'il faut expliquer aux enfants les raisons du refus et d'autres parents disent que ce sont les parents qui décident et que quand ils disent non, c'est non.

Même si les parents savent qu'ils ne peuvent pas se permettre d'achat superflu, ils culpabilisent de souvent dire non à leur enfant.

Apprentissages par rapport aux enfants :

L'idéal serait de pouvoir donner de l'argent de poche, mais pour nous c'est très difficile, car

nous n'avons pas suffisamment d'argent pour nous le permettre.

Ce qui est réalisable pour nous c'est que ce soient les enfants qui réalisent les courses en leur donnant de l'argent liquide et non la carte bancaire. Ainsi ils ont davantage la notion de l'argent que s'ils utilisaient la carte bancaire où, grâce au code, on peut tout acheter.



LES «EXPERTS»

Rencontre avec Alexandra Collin et Roxane Schandeler, animatrices en prévention au sein du Groupe Action Surendettement.

Pouvez-vous nous présenter votre service ?

Le GAS, Groupe Action Surendettement, est un service de médiation de dettes et de prévention du surendettement. Dans nos sociétés, une grande partie des familles sont considérées comme endettées, car, pour effectuer certaines dépenses importantes, il est souvent indispensable de contracter un crédit. L'endettement ne pose pas problème tant qu'on peut y faire face. Quand ce n'est plus le cas, on parle de surendettement et c'est cette situation qui pose problème et autour de laquelle travaille le GAS. Un axe de notre travail est donc consacré à la prévention afin d'éviter que ces situations d'endettement ne se manifestent. En effet, selon le service, une des causes du surendettement est à trouver dans le manque d'informations données aux personnes concernées. L'objectif de la prévention est dès lors d'informer, de responsabiliser le consommateur, afin qu'il puisse au maximum éviter la surconsommation et le surendettement.

Quels sont les publics cibles de vos animations de prévention ?

Les activités de prévention s'adressent principalement aux enfants et aux ados. Cela s'explique notamment par le fait qu'ils sont de plus en plus tôt des consommateurs autonomes et qu'il est dès lors indispensable de les préparer et de leur donner des outils pour devenir des consommateurs critiques, responsables et autonomes. C'est donc dans une vision de préparation, de conscientisation et plus tard de responsabilisation que des activités sont proposées dès la première année primaire. Ces activités peuvent être demandées gratuitement par toute personne qui souhaiterait une intervention dans le cadre scolaire suite à une proposition faite par le GAS. Bien que cette proposition soit à l'initiative du service, elle correspond à l'intérêt de l'école ou dans certains cas, aux constats faits par les enseignants. Des outils ont dès lors été développés afin de correspondre aux publics concernés.

En quoi consistent les activités que vous proposez ?

Les enfants de 1ère et de 2ème primaire ont notamment l'occasion d'aborder la consommation, les mécanismes bancaires ou les notions de besoin et d'envie à travers un spectacle de marionnettes. Ce spectacle présente aux enfants différentes saynètes illustrant des situations concrètes de la vie quotidienne. Entre chaque scène, l'animatrice proposera un moment de débat qui permettra aux enfants d'exprimer leur ressenti et leurs réactions sur ce qu'ils viennent de voir.

Pour les 5ème et 6ème primaire, l'activité se déroule en deux temps. Une première activité leur permet de décoder les buts, moyens et stratégies du monde de la publicité qui les entoure. Ensuite, deux à trois semaines plus tard, une autre activité a généralement lieu sur le thème de la consommation. Cette dernière est abordée sous la forme d'un jeu de société, où les enfants sont amenés à réaliser différents choix de consommation tout en veillant à garder de l'argent de côté. Ce jeu a la particularité de montrer aux enfants les difficultés liées à la gestion de l'argent et des imprévus. Cette animation est également suivie d'un débriefing qui permet de faire le parallèle entre le jeu et des situations concrètes qu'ils vivent au quotidien. Leur volonté est que ces activités puissent s'inscrire dans un contexte plus large de travail. C'est pourquoi une mallette pédagogique est également mise à disposition des enseignants.

Aborder cette thématique peut sembler précoce, mais la logique du GAS est « plus tôt on prévient, mieux c'est ». Dès cet âge, des profils de consommation peuvent être observés et on peut dès lors susciter chez ces enfants une réflexion sur leur consommation qui peut s'avérer utile par la suite. On voit, par exemple, lors du jeu de société, que certains enfants arrivent à mettre directement de l'argent de côté, tandis que d'autres vont plutôt préférer consommer ce qu'ils peuvent sans se soucier des imprévus. Être un consommateur responsable, cela s'apprend très tôt.

Le GAS a également un volet « sensibilisation » qui s'adresse aux écoles secondaires et plus particulièrement aux 5ème et 6ème secondaire. Il est cependant nécessaire que ces activités ne s'inscrivent pas dans une démarche moralisatrice qui consisterait à leur dire ce qu'ils doivent faire en matière de consommation ou comment ils doivent se positionner par rapport à la publicité, mais bien de leur donner les outils pour prendre conscience du monde qui les entoure. Le but est donc de leur donner des bases pour une consommation responsable, car ils sont bien évidemment des consommateurs. Ce rôle ne va cesser de s'amplifier, notamment avec la vie en kot ou les débuts dans la vie active. De plus, par la sensibilisation de ces jeunes, le GAS pense agir également au niveau familial. En effet, bien souvent les jeunes ne sont pas au courant de toutes les dépenses auxquelles doit faire face

un ménage. Par la réalisation d'une grille budgétaire, ils ont dès lors une meilleure conscience du coût de la vie et se rendent alors compte des dépenses auxquelles doivent faire face leurs parents.

Quel est le travail que le GAS effectue auprès des adultes ?

Le constat fait par le GAS est que la sensibilisation des jeunes et des enfants permet également de sensibiliser les parents. En effet le GAS ne travaille pas réellement de manière préventive, mais curative avec ces parents. Les enfants et les jeunes qui seront sensibilisés lors des animations vont rentrer chez eux avec ce qu'ils auront appris et pourront dès lors sensibiliser leurs parents. Selon le GAS, le message passe alors plus facilement s'il vient de personnes proches. Il s'agit là d'un enjeu important, car les problèmes liés à la consommation peuvent également avoir des impacts sur les relations familiales et donc sur la relation parent-enfant. Une aide psychologique peut même être proposée aux personnes surendettées, notamment pour travailler les situations difficiles et frustrantes, comme par exemple les achats dans les magasins. De plus, quand une famille rencontre des problèmes par rapport à la consommation, elle va avoir tendance à s'isoler. Il est donc important de l'aider à retrouver du lien social comme c'est le cas dans les groupes de parole. Ces groupes permettent également de déconstruire les clichés concernant les publics plus fragilisés. Ces échanges sont souvent très riches, car ils permettent d'évoluer par la rencontre, mais nécessitent bien souvent beaucoup d'efforts de la part des adultes, car il n'est jamais facile de parler d'argent et de ses difficultés.

Que peut-on retirer de vos activités de sensibilisation ?

Quel que soit le public concerné, la thématique de la consommation nécessite surtout de travailler les notions de besoin et d'envie. C'est cette distinction qui permet de faire la différence entre ce qui est nécessaire et ce qui est superflu. Les publics jeunes ne sont pas toujours conscients de cette distinction. Les animatrices du GAS ont pu remarquer que les enfants issus de milieux plus précarisés connaissent mieux cette différence, car ils devaient d'avantage y faire face. De plus, dans nos sociétés, la publicité contribue souvent à créer le flou entre ces notions. Ce qui était à la base des envies va dans certains cas être transformé en besoins, ce qui va donner lieu à des frustrations. Comme nous l'avons vu à travers cette interview, il est donc indispensable de donner à chacun des outils pour déjouer les pièges de la consommation, en comprendre les mécanismes et par la suite être mieux armé pour éviter des situations de surendettement.

Outils/jeux



En quelques mots:

Le but de ce jeu est de composer un menu original (entrée, plat, dessert, boisson) à partir de différents aliments tout en respectant un contexte de repas déterminé. Mais attention à ne pas dépasser l'empreinte écologique supportable pour la planète! Alimen'Terre est un jeu de société dont le but est d'amener les participants à :

Tisser un lien entre leurs choix alimentaires et leur impact sur l'environnement ;

Identifier les éléments qui influencent l'empreinte écologique ;

Modifier leurs choix alimentaires (diminuer le gaspillage, choisir des aliments moins polluants).

Une partie d'Alimen'Terre dure entre 45 et 90 minutes.

Modalités de prêt:

Prendre rdv préalablement
caution de 10€

Personne de contact:

Caroline Deliens 081/390.660 ou
caroline@empreintesasbl.be

Infos utiles :

www.infolabel.be
Guide des labels pour une consommation responsable

<http://www.gaslux.be/>
Groupe Action Surendettement

<http://www.pipsa.be/>

<http://www.clps-lux.be>



En quelques mots:

Balanza c'est un monde comme les autres, il y fait bon vivre, mais on y rencontre aussi des injustices. Sur cette planète vivent des familles de producteurs, de commerçants et de consommateurs. Laquelle incarnerez-vous? Quel que soit votre rôle, vos actions et vos décisions peuvent changer le monde ! Allez-vous privilégier votre famille en essayant de combler ses besoins vitaux ou le bien commun en tentant d'équilibrer la balance ?

Ce jeu de sensibilisation, à la fois coopératif et compétitif, est destiné aux enfants de 10 à 12 ans.

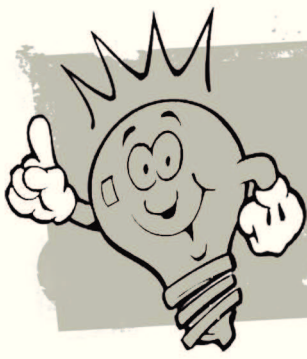
Les enfants y incarnent des familles du monde et devront poser des choix qui influenceront leur propre situation, mais aussi l'état du monde.

Bon à savoir:

Ce jeu de société est une coproduction d'Oxfam-Magasins du monde et de Latitude Junior.

Le jeu est en prêt gratuitement, auprès du service éducation d'Oxfam-Magasins du monde : 010 43 79 63 - education [at] mdmoxfam.be

Plus d'infos sur <http://www.pipsa.be/>



Astuces



Les magasins

Comme nous l'avons abordé à plusieurs reprises dans le magazine, les courses sont un moment particulièrement tentant et parfois même frustrant. Il est alors parfois difficile pour les parents de rester dans le budget qu'ils s'étaient fixé. Les adultes rencontrés lors des échanges ont alors proposé différentes astuces qui leur permettent de consommer dans la limite de leurs moyens. Souvent les parents bloquent leur carte bancaire à 0 pour ne pas descendre en négatif. Un autre moyen est d'éviter de faire les courses en compagnie des enfants. Mais aussi, faire les courses en ayant le ventre rempli !

Les brocantes, magasins de seconde main et bourses d'échanges sont aussi un moyen pour eux, non pas d'acheter des pièces de collection qui coûtent cher, mais d'acheter des vêtements, jeux, ustensiles... à très bas prix.



Economies d'énergie

Un point qui a peu été abordé lors de ce magazine mais qui pourrait également permettre aux familles de réaliser des économies est lié à la consommation d'énergie. Il existe différentes astuces qui permettent en effet d'économiser au quotidien. Concernant le chauffage, il est conseillé de l'éteindre dès que vous quittez votre logement ou durant la nuit, ne couvrez pas vos radiateurs notamment en mettant sécher du linge, mettez un pull supplémentaire. D'autres économies peuvent être faites notamment en éteignant la veille de vos appareils d'électroménager, en mettant un couvercle sur la casserole lorsque vous cuisinez, en débranchant vos chargeurs après utilisation ou encore en dégivrant vos congélateurs ou en les gardant bien remplis quitte à les remplir avec de la frigolite.

Les « SEL »

Lors des rencontres, les parents nous ont également parlé des SEL (Système d'Echange Local) qui permettent l'entraide entre les personnes. Il s'agit d'un service d'échange de services, de savoirs ou de savoir-faire. Au-delà de cet échange, les SEL participent également à la valorisation de leurs membres, car chacun est reconnu pour ce qu'il peut apporter aux autres quelle que soit la nature de l'échange.

Concrètement, comment ça se passe ? Sur le site internet ou via un catalogue, chaque membre peut prendre connaissance des offres et des demandes. Il prend dès lors contact avec la personne avec laquelle il veut échanger.

Les SEL s'inscrivent également dans une démarche alternative étant donné qu'il n'y a pas d'échange d'argent, mais de « grains de sel ». Les membres s'accordent donc sur une valeur en grains pour l'échange effectué.

Les SEL sont dès lors l'occasion de valoriser ses talents, de les partager au service de l'autre et de favoriser le contact social et l'entraide plutôt que la consommation.

Des SEL ont été créés dans différentes villes ces dernières années. N'hésitez pas à vous renseigner pour toutes informations complémentaires.

Pour le March'SEL, visitez le site sel.marche.be ou prenez contact avec eux au 084/37.87.57 ou au 0476/56.77.21.

Pour le Durbuy'SEL, le site durbuysel.be ou le 086/21.98.74

Le CI-RO-SEL (Ciney-Rochefort) cirosel.be ou au 083/61.32.60



LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION, QUELQUES PRINCIPES DE BASE

Qu'est-ce qu'un crédit à la consommation ?

On entend par « crédit à la consommation » tout crédit servant à autre chose qu'à financer l'achat d'un immeuble : voiture, électroménager, voyage, mariage, etc. C'est via un prêt à tempérament, une vente à tempérament, une ouverture de crédit (réserve de capital que vous utilisez au gré de vos besoins, souvent grâce à une carte). L'ouverture de crédit peut prendre la forme d'une « facilité de découvert » liée à un compte à vue bancaire et qui permet au consommateur d'« aller en négatif » sur celui-ci.

Parties impliquées:

Un contrat de crédit à la consommation est conclu entre un consommateur et un prêteur. Dans certains cas, un intermédiaire de crédit intervient pour la conclusion du contrat de crédit.

L'obligation d'information:

L'élément central lors de l'octroi d'un crédit est la capacité de remboursement du consommateur. Le prêteur ne peut en effet accorder un crédit à un consommateur s'il estime qu'il ne pourra pas rembourser les sommes prêtées. Le prêteur ou l'intermédiaire de crédit se renseigne donc sur la situation financière du consommateur, en lui posant des questions sur ses revenus, ses charges, etc. Le consommateur doit y répondre de la manière la plus exacte possible.

Le prêteur vérifie en outre quelle est la situation du consommateur, dans ses dossiers internes et auprès de la Centrale des Crédits aux Particuliers de la Banque Nationale de Belgique (CCP). La CCP enregistre tous les contrats de crédit à la consommation et les crédits hypothécaires en cours, octroyés en Belgique. La CCP recense également les "mauvais payeurs" dans un fichier "négatif", c'est-à-dire les personnes en défaut de paiement.

L'obligation de conseil:

Il s'agit d'apprécier d'abord l'opportunité du crédit et ensuite de choisir le type de contrat et le montant les mieux adaptés, compte tenu de la situation financière du consommateur et de l'objet du crédit.

Le prêteur et l'intermédiaire de crédit ont l'obligation de proposer au consommateur le

produit financier le mieux adapté au but recherché et à la situation financière de celui-ci. A défaut, ils engagent leur responsabilité.

Le contrat de crédit:

Le contrat de crédit est conclu par la signature de toutes les parties et doit être concrétisé sur papier ou sur tout autre support durable, par exemple via un contrat conclu sur internet.

La signature du contrat fait naître des obligations pour chaque partie. Pour le prêteur : s'assurer que le consommateur peut prélever le crédit conformément au montant de crédit accordé; pour le consommateur : rembourser selon les conditions prévues.

Le contrat de crédit doit obligatoirement comporter certaines mentions telles : type de crédit, identité du consommateur, cautions, identité du prêteur et de l'intermédiaire de crédit, coordonnées de l'administration de surveillance compétente, tout ce qui concerne les modalités de remboursement...

La loi relative au crédit à la consommation (loi du 12 juin 1991, ci-après LCC) impose un formalisme au contrat de crédit, pour exemples : les mentions « lu et approuvé pour ... euros à crédit » ou « lu et approuvé pour ... euros à rembourser », la date et de l'adresse précise de la signature du contrat...

Le droit de rétractation:

Une fois le contrat conclu, la loi vous accorde encore un délai de réflexion de 14 jours pendant lequel vous pourrez renoncer au crédit au moyen d'une lettre recommandée envoyée au prêteur ou de tout autre moyen de communication accepté par le prêteur et indiqué dans le contrat. Attention : s'il est fait usage du droit de renonciation, les sommes ou les biens reçus doivent être restitués, et les intérêts dus sur la période écoulée payés.

Le coût total du crédit (TAEG)

Le TAEG (taux annuel effectif global) exprime le coût total du crédit à la consommation, c'est-à-dire tout ce que le consommateur devra rembourser. Il comprend, entre autres, les intérêts, les frais administratifs, la commission de l'intermédiaire de crédit et l'éventuelle prime d'assurance solde restant dû pour autant qu'elle soit obligatoire.

Le remboursement anticipé:

Pour tous les contrats de crédit à la consommation, le consommateur peut à tout moment effectuer un remboursement anticipé intégral ou partiel du montant restant dû.

Il est à noter qu'en contrepartie de ce droit de rembourser anticipativement, la loi organise une indemnisation de la perte de profit du prêteur. Cependant, un maximum est prévu.

Fin du contrat par le prêteur = dénonciation du contrat:

Le prêteur peut, dans un certain nombre de cas, mettre fin au contrat de crédit (on parle de « dénonciation » du contrat), et réclamer au consommateur l'ensemble des sommes à rembourser sans avoir à s'adresser au tribunal. Quand un prêteur dénonce un contrat de crédit, il peut réclamer des intérêts de retard et des indemnités particulières pour le dommage dû aux manquements par le consommateur à ses obligations, appelées « clause pénale ». En cas de résolution du contrat, des montants qui peuvent être réclamés.

Litiges et plaintes:

Pour porter plainte en matière de crédit à la consommation, adressez-vous à la Direction générale du Contrôle et de la Médiation Déposer plainte au moyen du formulaire de plainte (lien internet : http://economie.fgov.be/fr/litiges/plaintes/Oucomment_introduire_plainte/)

Source:

economie.fgov.be/fr/consommateurs/Credit_consommation/
De l'information plus détaillée et spécialisée est disponible dans le « Code annoté du crédit à la consommation ».



Expression libre

Entre besoin et désir

Le système de consommation fait frémir les plus angoissés du porte-monnaie.

Il y a celui qui croit que s'il ne possède pas il n'existe pas.

Il y a celui qui compte et recompte sa menue monnaie pour faire ses courses juste de ce qui lui manque.

Il y a celui qui discute les prix et arrive à tout avoir à demi prix.

Il y a celui qui s'en va chaque fois que ça va être son tour de payer le pot.

Celui qui t'invite à boire un verre et te répète cinq fois « t'as des sous, t'as des sous ».

Celui qui dégaîne le porte-feuille à chaque fois plus vite que toi.

Celui qui menace de divorcer si on ne lui achète pas sa télé.

Il y a celle qui remplit le caddy et e'est toujours lui qui paie...ou l'inverse...

Il y a des petites voix qui disent « maman je veux » et une autre voix qui répond « NON ».

Il y a les fanatiques des coupons promo et des analyses de prix dans les prospectus qui inondent nos boîtes à lettres !!!!

Quoi qu'il en soit, la consommation est comme le monde dans lequel nous vivons.

Toujours dans l'insatisfaction, souvent dans l'illusion, rarement dans la raison.

Geneviève Baert

Agenda

Côté Cinéma

«Naissance, lettre filmée à ma fille Mona» par S. Dryvers

Ce n'est pas rien d'être enceinte, et ce n'est pas rien d'accoucher. C'est une histoire vibrante. C'est une histoire qui commence et une autre qui finit... annonce Sandrine Dyvers à sa fille Mona... A l'occasion de sa deuxième grossesse, Sandrine Dyvers s'interroge sur la grossesse, l'accouchement et la naissance. Elle souhaite transmettre cette expérience intime et universelle à sa fille. PAF: 2,00€.

Le 25/03/2013 à 12h15 au Tiroir des Saveurs Chaussée de l'Ourthe, 78, Marche-en-Famen-

ne

Renseignements l'ASBL Cinémarche.

Téléphone : 084/32.73.72

Site internet : <http://www.cinemarche.be>

Dans le cadre du mois de la petite enfance à la maison de la culture de Marche

Théâtre pour enfants: 'Kubic' par le Théâtre de la Guimbarde et el Teatro Paraiso

Quand ? : 03/03/2013

Un comédien et une comédienne manipulent un grand jeu de construction blanc sur un fond noir. Empilements, écroulements, alignements, tout bouge et se transforme. Par ce jeu d'architecture en mouvement, les volumes s'organisent et des formes apparaissent. Elles deviennent des écrans de projection pour les images. Le spectacle s'inspire des jeux d'enfants qui expérimentent physiquement leur environnement pour le comprendre. En manipulant les objets à leur portée, ils construisent leur pensée et ouvrent la porte de leur imaginaire.

Un spectacle ludique et visuel pour les enfants dès 18 mois. A 11h et 16h. PAF: prévente: 6,00€ - sur place: 7,00€.

Exposition interactive pour les tout-petits: 'Quand Papaloup raconte...L'univers de Jean Maubille'

Quand ? : 04->22/03/2013

A destination des tout-petits (et de leurs parents), l'exposition offre de découvrir le travail de Jean Maubille, auteur-illustrateur de plus d'une trentaine de livres pour enfants. Entre son travail de gardien d'enfants à domicile et son oeuvre, il y a une continuité parfaite, puisqu'il puise son inspiration dans les questionnements, les peurs et les joies des petits avec lesquels il partage son quotidien.

Découverte libre le mercredi après-midi. Dans le cadre du mois de la petite enfance.

Maison de la Culture Famenne-Ardenne

Atelier parent - bébé: 'Vive le chocolat'

Quand ? 09/03/2013

A partir d'une petite histoire contée, les enfants accompagnés de leurs parents sont invités à mettre la main à la pâte et leur imaginaire sur le papier. Au programme de l'eau, du cacao, des pinceaux et beaucoup de plaisir...

Pour les enfants de 9 mois à 2,5 ans accompagnés d'un adulte. A 11h. PAF: 3,00€/pers. Réservation obligatoire (max.10 couples parent-bébé).

Autres:

Bourse aux vélos et accessoires

Le 23/02/2013 de 9 à 18h au Garage Benoît Lambert Chaussée de l'Ourthe, 100, Marche-en-Famenne

Renseignements : 084/31.32.41

