



Outils pour sensibiliser au surendettement

INTRODUCTION

Le choix de la problématique du surendettement est né de constats alarmants issus de la vie actuelle : le pouvoir d'achat des travailleurs s'amenuise, le coût de la vie augmente et de plus en plus de personnes ont de moins en moins de moyens financiers pour vivre décemment.

Rien que pour la ville de Bruxelles, en 2007, 6230 habitants se sont retrouvés sur la liste des personnes en difficulté de paiement de leurs factures d'électricité, de gaz et d'eau. Ils étaient 1909 en 2004. Les demandes en médiation de dettes sont passées de 275 en 2005 à 609 en 2007.

« Le plus interpellant, fait remarquer le président du CPAS qui lance un cri d'alarme, est le fait que ces habitants s'endettent pour les nécessités de base telles le logement, l'énergie, la consommation courante ou les soins de santé. »

D'un autre côté, jamais la société de consommation n'a été aussi insidieusement tentante ni aussi manipulatrice pour faire surgir nos désirs et les transformer en besoins; pour les satisfaire il faut de l'argent et si l'on n'en a pas le crédit existe.

Cette réalité tangible est très palpable dans le service 'accueil' et dans les cours donnés au Collectif d'Alphabétisation.

Le thème se justifie doublement donc : à titre privé et sur le plan professionnel. En effet, personne n'est à l'abri d'un changement brutal de situation, d'un coup dur où les revenus ne suffisent plus à joindre les deux bouts ; de plus, chacun d'entre nous peut être tenté de pratiquer la consommation à outrance, de vivre « au-dessus de ses moyens ». Dès lors, l'endettement pointe son nez et la spirale infernale peut commencer.

Une réalisation du Centre de documentation du Collectif Alpha ASBL

12 rue de Rome - 1060 Bruxelles - Tél. 02/533.09.25 - cdoc@collectif-alpha.be - www.collectif-alpha.be



Dans les centres d'alphabétisation, nous travaillons avec des adultes précarisés, à faibles revenus, peu ou pas scolarisés, peu informés. Ils ont des parcours de vie douloureux et vivent, pour la plupart, au quotidien des situations difficiles. Ils sont des proies, des cibles toutes désignées par la société de consommation, ils risquent dès lors d'être attirés dans toutes sortes de pièges dont celui du crédit. Il est très difficile de sortir de cet engrenage.

Certains apprenants sont surendettés, les entretiens dans nos services 'accueil et suivi' en témoignent.

Aborder, mettre en travail cette problématique dans les cours dispensés et ce, dans un processus d'éducation permanente, permettrait de poser un regard critique sur les mécanismes de fonctionnement de la société marchande ainsi que sur nos propres comportements de consommateur. Sur base de l'expression du vécu, des réflexions, des questionnements surgis, tenter de comprendre ce qui conduit au surendettement, analyser ce qui le suscite dans l'environnement, réfléchir à l'exclusion qu'il entraîne... c'est tendre au changement, à la transformation, à la responsabilité personnelle voire à l'action citoyenne.

Tel est bien le sens de nos activités pour lutter contre toute forme d'exclusion.

Pour les formateurs intéressés à traiter le sujet dans leurs groupes, des adresses utiles, des informations - parfois complexes il est vrai, des documents, des démarches pédagogiques - dont certaines sont à adapter, personnaliser comme souvent... sont proposées dans cette mallette. De même qu'un livre essai et un travail de fin d'études.

Toutefois deux d'entre elles ont été créées et testées pour l'occasion. Il s'agit d'un atelier d'écriture : *L'utile ? l'inutile ?* et d'une animation (atelier de réflexion) : *Consommons-nous pour vivre ou vivons-nous pour consommer ?*



Nous consommons pour vivre, pour répondre à nos besoins élémentaires mais aussi pour satisfaire des envies, s'accorder des plaisirs. Toutefois nos envies, nos désirs, nos tentations sont influencés, conditionnés par les messages publicitaires. La publicité transforme nos besoins en manques, dès lors nous achetons. En consommant, nous recherchons ce qui fera notre bonheur. Mais celui-ci est de courte durée... nous redevons insatisfaits, frustrés et nous nous consolons en consommant à nouveau, le désir est suscité et se répète inlassablement. On consomme pour exister, se positionner par rapport aux autres ou pour combler un manque, un malaise existentiel (angoisse, déprime, déception). Nous dépensons pour répondre à nos besoins, ce qui n'empêche pas folies et caprices. Certains cèdent aux envies tout en gérant leur budget, d'autres qui ne savent résister, dépensent sans compter, surconsomment, jusqu'à s'endetter. Qu'est-ce qui fait courir le consommateur ? A quoi tient cette escalade sans fin des besoins ? L'accès à une vie plus facile et plus confortable : mieux vivre, ne pas se priver, disposer du superflu, améliorer la qualité de la vie ; se procurer ce que l'on désire, sans effort, tout de suite et par tous les moyens. Est-ce à dire que lorsqu'on a peu de moyens financiers, que l'on est surendetté l'on doit se passer de tout, ne s'accorder rien ?

D'une économie basée sur l'offre (le produit), on est passé à une économie axée sur la demande : besoins et satisfaction du client. Epargner moins, emprunter plus (le crédit à la consommation est favorisé) fait partie du fonctionnement économique actuel.

Aussi mettons en garde, informons des effets pervers, réfléchissons ensemble.

Ces quelques réflexions ont nourri la conception de cette mallette. Pour la concrétiser, le Grepa a été source de référence et collaborateur par l'intermédiaire d'Isabelle Legros pour la création et l'animation des deux démarches pédagogiques présentées.

Bon travail !



CONTENU DE LA MALLETTE ET PRESENTATION DES DOCUMENTS

Pour alimenter, enrichir nos réflexions

Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation

LIPOVETSKY, Gilles

Gallimard, 2006, 378 p.

Un ouvrage qui porte un regard critique sur nos rapports à la consommation. L'auteur distingue plusieurs phases dans l'histoire de la société de consommation, et nous sommes aujourd'hui dans la troisième, où émerge la figure de « l'hyper-consommateur », dont la condition est paradoxale. Il est certes plus informé qu'autrefois, plus libre dans ses choix (il y a davantage de produits) et il dépend moins des anciennes cultures de classe. Mais, en même temps, "les modes de vie, les plaisirs et les goûts" sont "de plus en plus sous la dépendance du système marchand", notamment à cause de ce que Gilles Lipovetsky appelle "l'expansion du marché de l'âme". Les nouveaux modes de consommation sont plus "émotionnels"; on consomme de plus en plus de loisirs et la publicité met moins en avant les avantages fonctionnels des produits que les valeurs subjectives qu'il est censé véhiculer.

[...] Notre époque est également marquée par la montée du low cost. En même temps, "plus se déchaînent les appétits d'acquisition et plus se creusent les dissatisfactions individuelles", rappelle l'auteur dans cet essai extrêmement complet, qui débouche sur une réflexion sur le bonheur. Avant de terminer sur une note optimiste: certes, on assiste à une crise de la culture, de l'école et de la politique, liée à l'hyperconsommation, mais ce mouvement n'est pas irrésistible, il esquisse même des pistes alternatives.

[Présentation de Naïri Nahapétian in Alternatives Economiques, n°248, Juin 2006].

Lire aussi sur le site <http://www.ac-nice.fr/btscom/lipointer.html> : Résumé de l'entretien du 11 mai 2006, entre Frédéric BONNAUD - (France Inter - émission CHARIVARI) et Gilles LIPOVETSKY -
Résumé posé par F.Gauthier

Professeur BTS Communication des ents - Marseille

La publicité, miroir d'un mythe ?

STEINBACH Christine

Equipes populaires, collection Points de repères, n° 26, décembre 2005, 64 p.

Certains l'adorent, d'autres s'en amusent, d'autres encore la haïssent, personne n'y échappe. La publicité se pose sur toutes sortes de supports, s'impose dans l'intimité des foyers, s'appose sur nos vêtements.

Et comme elle s'intéresse à nous ! Les professionnels du marketing s'attachent à déceler les comportements des consommateurs, leurs réflexes, leurs logiques de pensée, les envies qui émergent pour adapter leur message et leur mode d'émission.

Vous en étiez encore à vous agacer d'une séquence publicitaire interrompant un film ? Vous êtes en retard. Aujourd'hui, les annonceurs insèrent le message au sein même d'un film, d'un reportage, d'une émission, d'un jeu interactif. Vous vous inquiétez de l'influence d'une publicité sur vos enfants ? Sachez que les publicitaires sont tout disposés à prendre une part dans leur éducation.

Car les enfants sont leur cible favorite.

Vu sous cet angle, la publicité apparaît tel un monstre mythique vorace, se nourrissant de notre crédulité. Un fléau pernicieux propre à l'ère de consommation de masse que nous vivons. Le rapport qui se joue entre la pub et nous est sans doute plus subtil que cela.

Acheteurs et annonceurs ne se renverraient-ils pas les uns aux autres l'image d'un mythe de l'épanouissement personnel, par un jeu de miroirs déformants ?

« La pub, miroir d'un mythe » invite à observer ce rapport. La publication évoque le développement du marketing et donne quelques chiffres significatifs de son importance actuelle. Elle s'intéresse ensuite aux méthodes utilisées pour cibler le public, en particulier celui des jeunes et très jeunes. Ce volet est étayé par quelques exemples de publicités, qui ne disent pas tout haut ce qu'elles donnent à penser tout bas. Le



lecteur trouvera également une réflexion sur nos représentations de l'épanouissement personnel, course moderne au bonheur, dont la pub se fait l'écho et l'amplificateur, non sans s'appuyer sur des standards équivoques. Dans une partie suivante, le dossier présente les revendications des Equipes Populaires, accompagné de quelques méthodes d'animation pour les porter à l'attention du public. »

AU SOMMAIRE :

Introduction

1. Le règne du marketing publicitaire

- 1.1. Quand l'offre devient supérieure à la demande
- 1.2. Le déploiement des canaux de communication
- 1.3. La publicité ne s'annonce pas toujours

2. Quand la pub nous dit qui nous sommes

- 2.1. Des catégories et des comportements
- 2.2. Les jeunes, cible favorite

3. Le monde selon la pub

- 3.1. Le mythe de l'épanouissement personnel
- 3.2. Annihiler le temps
- 3.3. Des clichés à gogo

4. Quel cadre législatif ?

- 4.1. En Belgique
- 4.2. En Europe

5. Des pistes pour agir

- 5.1. Ce que les Equipes populaires revendiquent
- 5.2. Sensibiliser et interpeller

6. En guise de conclusion

7. Pour une consommation plus responsable

8. Pour en savoir plus

[source : Feuilleton promotionnel repris du site http://www.e-p.be/article.php?id_article=312]

Ecrire pour lutter contre le surendettement

LEGROS Isabelle

Centre de Formation des Cadres Culturels, avril 2005, 38 p.

Tout travail de fin d'étude clôt une pensée intellectuelle arrêtée au moment où elle a été rédigée. Très souvent ce qui est exprimé continue à se réfléchir ultérieurement, s'exprime dans d'autres nuances et à être réécrit, il ne l'aurait plus été de la même façon.

Néanmoins, les réflexions contenues dans ce travail sont stimulantes, nourrissantes à plus d'un titre.

Tout d'abord parce que la problématique du surendettement, contextualisée, pose un certain nombre de questions pertinentes sur l'exclusion sociale et culturelle que vivent les personnes endettées.

Deuxièmement parce que l'auteure propose sur ce thème, dans une optique d'éducation permanente, de pratiquer l'atelier d'écriture, acte créatif par excellence, aux dimensions individuelles mais aussi collectives, afin d'agir sur soi, de tenter de se sortir de cette situation par l'expression et la réflexion et ainsi renouer peu à peu avec le lien social.

Dans un premier temps, Isabelle Legros définit le surendettement, évoque les causes, nomme les différentes formes de dettes contractées : le surendettement de misère ou l'impossibilité à cause du manque de revenus d'assurer les besoins élémentaires du quotidien (se loger, se chauffer, manger, se soigner...), le surendettement de surconsommation (on consomme plus que ce dont on dispose financièrement), celui qu'il faut lier aux situations de ruptures dans la vie professionnelle (perte d'un travail,...) ou privée (divorce,



maladie...); celui que connaissent les indépendants. Pour terminer, elle nous informe du ressenti des personnes endettées.

Dans un second temps, elle pense et pose les liens entre 'culture et surendettement' : exclusion sociale, certes mais aussi culturelle. Or, la culture est un outil d'intégration à la vie citoyenne.

Un petit détour par la société de consommation, replacée dans un contexte historique, nous éclaire sur ses bienfaits et ses effets pervers. L'enrichissement entraîne la pauvreté, l'économie du bien être confond bonheur et consommation, besoin et désir ; la société de consommation, si elle est épanouissement d'un côté, envahit notre vie, nous impose insidieusement des comportements non choisis. Là aussi se joue des valeurs, là encore une confusion s'établit entre l'avoir ou l'être...

Ce qui n'est pas sans conséquences dramatiques pour les personnes luttant pour la survie au jour le jour ou celles qui ont vécu un accident de vie.

Les réflexions sont axées principalement sur le surendettement dit de pauvreté et celui liés aux accidents de vie, devraient interroger la pensée de tout travailleur social, de tout formateur vigilant, à savoir :

- Les services de médiation de dettes existent pour aider les personnes concernées à sortir de cet enfer. Il y a risque cependant de renforcer la dépendance des personnes endettées envers les services sociaux, d'en faire des assistés permanents. Comment se prendre en charge lorsqu'on est endetté ? Comment sortir de l'assistanat ?
- La honte, le repli sur soi provoqué par le surendettement, comment les dépasser, s'en libérer ?
- Comment vivre dignement avec ce problème ? Comment conserver son identité sociale, occuper sa place dans la société ?

L'essence même de son travail nous conduit à 'penser', repenser - pour peu que nous l'ayons oublié-, nos actions d'éducation permanente en plaçant les personnes exclues au centre de la réflexion et de l'action afin qu'elles puissent s'émanciper et reprendre une part active dans la vie, renouer avec leur rôle de citoyen...

Isabelle Legros propose alors comme moyen de lutte contre le surendettement, la pratique de l'atelier d'écriture.

« C'est en prenant comme point d'appui l'écriture de soi comme forme de représentation du social que je fais le pari qu'il est possible de redevenir sujet et par la suite acteur de sa vie. Exister non pas à travers l'avoir mais par ce que l'on est, non pas spécifiquement par ce que l'on fait mais par ce qui nous constitue en tant que personne... »

L'écriture dans un processus de création, comme mode d'expression personnelle libératrice et constructive, l'atelier comme retissage du lien social, espace du questionnement et de lutte contre le surendettement.

L'atelier d'écriture pour dédramatiser le constat de l'échec par la parole et l'écriture, pour questionner et sortir de l'aliénation d'une situation qui dépasse les personnes, pour mettre en parallèle démarche culturelle et la problématique sociale.

Pouvoir exprimer sa parole, son vécu de souffrance, retrouver une part identitaire ; donner sa propre lecture du monde, essayer de comprendre ce qui surgit par le partage, la confrontation avec d'autres expériences, ressentis ; les questionner.

Mettre par écrit, c'est aussi prendre distance, relire autrement, remettre en question.

L'écriture, par l'acte créatif même, est moteur de changement personnel parce qu'elle ramène de la considération sur le vécu *« tout en questionnant sur ce qui est, ce qui nous fait, ce qui nous entoure... »*, parce qu'elle permet de changer de regard, de considérer autrement le monde dans lequel nous vivons, parce qu'elle met aussi en jeu des compétences à découvrir, retrouver.

Sortir de soi, c'est aller vers ...les membres du groupe et donc déjà poser de petits pas vers la collectivité.

Lire aussi *Education Permanente : L'écriture pour sortir du surendettement*, MANISE, Jean-Luc sur le site Internet www.cesep.be.



Pour enrichir nos pratiques de terrain

Crédit facile... n'avez pas n'importe quoi.

9 animations sur le thème du crédit

PLATEFORME JOURNEE SANS CREDIT

Equipes populaires, 2006

9 démarches variées : les objectifs, le matériel nécessaire, le nombre de participants, le public cible, le déroulement de l'animation minuté et les supports utilisés sont fournis dans la farde (not. Une petite trousse contenant 12 cartes pour le quizz + 12 cartes de crédit plastifiées).

On part des connaissances des personnes pour construire l'information, des feuilles de synthèse sont fournies. Certaines démarches ont un objectif d'information générale sur les types de crédit, la compréhension des contrats de crédit, des cartes de paiement ; d'autres visent davantage une réflexion sur le rôle du crédit dans la société de consommation.

Démarches :

1. Le crédit, c'est quoi ?
2. L'ouverture de crédit, c'est quoi ?
3. Cartes de paiement : quelques éclaircissements !
4. Décrypter la publicité pour les ouvertures de crédit
5. Percer le flou des contrats d'ouverture de crédit !
6. Faire face aux techniques de vente des ouvertures de crédit
7. pour moi l'ouverture de crédit, c'est...
8. Fait-on le choix de l'ouverture de crédit ?
9. Crédit et construction sociale

Publicité pour le crédit, 5 animations pour comprendre et agir,

PLATEFORME JOURNEE SANS CREDIT

Equipes populaires, 2006.

« Elle met à disposition des méthodes concrètes pour lutter contre les publicités illégales mais aussi pour développer une meilleure compréhension des crédits et plus largement des mécanismes de consommation. Elle poursuit également comme objectif de soutenir la création et l'animation de »groupes de vigilance « sur la publicité pour le crédit. »

[verso de la farde d'animation]

1. Le crédit, c'est quoi ? L'information est donnée
2. Permis ou pas...Que dit la loi ?
3. Hors la loi ? Réagissez !
4. La face cachée de la publicité
5. L'argent...riche de sens !



Refusez les arnaques

VANDERCAMMEN Marc

CRIOC, Editions De Boeck Université, 2005, 188 p.

Ce livre, publié à l'occasion des 30 ans du CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs), est consacré aux escroqueries, arnaques et autres manipulations de consommation. Il dévoile les astuces pour ne pas se faire avoir.

Les exemples d'arnaques sont classés par secteurs d'activités. Le lecteur y trouvera des liens, des adresses utiles et des lettres types pour réagir dans toutes les situations évoquées.

Jeu de prévention : La galette de blé

Centre d'Appui aux services de médiation de dettes de la Région de Bruxelles Capitale, asbl GREPA, Boulevard du Jubilé, 153-155, 1080 Bruxelles

02/217.88.06

Site : www.grepa.be

La galette de blé est un jeu original créé par le groupe prévention du Grepa. Ce jeu est destiné à servir d'outil d'animation. Il amène quatre groupes de participants à gérer le budget de leur ménage sur une période de un mois et à débattre de la manière de faire face aux dépenses quotidiennes et factures imprévues.

Crédit : Des cartes de crédit pour le portefeuille

In Contrastes, n°117, novembre-décembre 2006, 15p.

« Besoin d'argent ! »,

CPC (Centre de Promotion Culturelle), octobre 2005.

DVD, 29 minutes

Film de sensibilisation sur les dangers liés au crédit.

Produit avec l'aide du Centre de Cinéma et de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique et le soutien de la ministre de la santé, de l'action sociale et des l'égalité des chances de la région wallonne.

« Jeanne, Gérard, Marie-Claire, Saïd et Sébastien ont voulu témoigner de leurs difficiles expériences pour nous prévenir que personne n'est à l'abri d'un surendettement.

Des spécialistes (juriste, médiateur, Directeur de CPAS, psychologue) expliqueront ce phénomène qui touche de plus en plus de monde.

A qui la faute ? Aux banques, aux organismes de crédits, à l'utilisation des cartes ?

Sommes-nous capable de gérer un budget ?

Toutes ces questions amènent à réfléchir sur notre société de (sur) consommation.

Les notions de temps et d'argent ont changé aujourd'hui. Avoir tout, tout de suite, oui, mais à quel prix ? »

[verso du DVD]



DEMARCHES PEDAGOGIQUES

1. Atelier d'écriture

L'utile et l'inutile

« N'importe quel objet, même le plus ordinaire, enferme de l'ingéniosité, des choix, une culture »¹

Quelques règles à respecter dans l'atelier d'écriture

Dans l'atelier d'écriture, on écrit sans se préoccuper des fautes d'orthographe. On ne passe pas son temps à utiliser le dictionnaire. Si on ne sait écrire tel mot, on demande au formateur. La séance de correction n'a pas lieu au moment de l'atelier mais ultérieurement. On doit être capable de se relire et d'écrire lisiblement. Les textes sont lus au groupe.

Dans l'atelier d'écriture, on lit aussi d'autres textes que les siens (et souvent des textes d'écrivains).

Objectifs :

- Prendre conscience du fait que la perception de l'utile et de l'inutile (dans les achats) varie selon les personnes
- Réfléchir sur ce qui nous motive à consommer de 'l'inutile'
- Se questionner sur l'utile ou l'inutile en regard de situations financières proposées, voire problématiques
- Boucler un récit où l'on se 'raconte' à travers des personnages (« Je » est un autre »)
- Evoquer son comportement de consommateur
- Prévenir le surendettement : attention au crédit à la consommation emprunts

Matériel à prévoir:

- 5 séries de cartons de couleur différente
- Affiches, bics, feuilles, marqueurs, feuilles de brouillon ou cahier de classe
- Annonces photocopiées + 5 bandelettes « Je collectionne », « Je donne », « Je vends », « J'achète », « J'échange »
- Des fiches photos avec les situations des personnages-
- Copies d'exemples d'annonces (en fonction du nombre de personnes)
- Quelques calculettes

¹ François Degonet, *Eloge de l'objet*, cité in *Animer un atelier d'écriture, Atelier dans les parages de Perec, Odette et Michel Neumayer*, ESF Editeur, 2003, p. 14



1^{ER} TEMPS

EMERGENCE :

PRESENTATION DU VOISIN

1. QUI EST VOTRE VOISIN DE GAUCHE ?

Chacun rédige quelques phrases de présentation de son voisin de gauche.

On écrit ce qu'on sait de cette personne ou ce qu'on imagine d'elle. On lui donne quelques traits de caractère.

Lecture des textes produits.

Consigne :

- *Ecrivez quelques phrases ou un texte très court qui présente votre voisin de gauche. Vous pouvez écrire ce que vous connaissez de cette personne, vous pouvez aussi inventer. Essayez de révéler, donner, montrer un trait de caractère de cette personne.*

2. NOS 5 MOTS ESSENTIELS

Sur un carton de couleur différente, chacun écrit lisiblement (ou recopie après les avoir notés sur feuille) 5 mots qui disent ce qui est essentiel dans sa vie.

Consignes :

- *Trouvez cinq mots qui disent ce qui est essentiel dans votre vie. Notez-les sur la feuille de brouillon.*
- *Sur chaque carton de couleur, recopiez un seul mot.*

Les séries de cartons sont mélangées.

3. QUI EST VOTRE VOISIN DE GAUCHE (BIS) ?

Chacun puise dans chaque série un carton de couleur. Avec les mots récoltés, il relit, retravaille, réécrit ou rédige de nouvelles phrases pour continuer à nous dire qui est son voisin de gauche.

Lecture des textes.



Consignes :

- *Qui est votre voisin de gauche ?
Avec les 5 mots puisés, ajoutez, modifiez, réécrivez la présentation de votre voisin de gauche ou écrivez un nouveau texte de présentation.*
- *Votre voisin accorde de l'importance à un objet, quel est-il ? Pourquoi y est-il attaché ?
Attribuez à votre voisin un objet qui lui est cher et dites pourquoi il tient à cet objet.*

2^{EME} TEMPS

CREATION D'UN PERSONNAGE ET ANNONCE PASSEE

1. LECTURE D'ANNONCES (TOUS ENSEMBLE)

Le formateur lit cinq annonces (« J'achète », « Je loue », « J'échange », « Je prête », « Je collectionne »). Les participants reçoivent une copie des annonces et suivent la lecture.

Ensemble on essaie de les comprendre puis de lister les informations essentielles qui sont présentes dans une annonce.

Que contient une annonce ?

Des constats sont énoncés et portent sur :

- Le contenu d'une annonce : au minimum : les coordonnées de la personne qui passe l'annonce ; ce qui fait l'objet de l'annonce - et au besoin les caractéristiques de l'objet ou du bien ; le coût éventuel...
- la manière dont elle est écrite - du moins s'il s'agit de vente, d'achat, d'offre gratuite...

Des listes à établir

De grandes affiches reprennent en colonnes les titres suivants: « Je vends », « Je loue », « J'échange », « Je prête », « Je collectionne ». Lors d'un tour de table ou selon les propositions émanant des membres du groupe, le formateur note ce qui est proposé. Personne n'est obligé de remplir toutes les colonnes.

Les apprenants travaillent par deux.

Consigne :

- *Par deux, trouvez dans la liste deux « choses » qui vous semblent inutiles et justifiez vos choix.*

Mise en commun : confrontation des arguments donnés et discussion.



2. REDIGER UNE ANNONCE (TRAVAIL EN SOUS-GROUPE)

Les participants se regroupent par trois maximum.

Le sous-groupe choisit un texte de présentation (parmi les trois produits) du voisin et va poursuivre le texte.

Ce voisin va passer une annonce. Que désire-t-il ? Un objet qui semble inutile, à trouver. Le sous-groupe rédige l'annonce en tenant compte de la bandelette reçue.

Les apprenants peuvent choisir dans la liste établie précédemment.

Chaque sous-groupe reçoit une bandelette différente : « Je collectionne », « Je loue », « Je vends », « J'échange », « Je prête ».

Production sur grande affiche et affichage.

Consignes :

- *Vous disposez de trois textes, vous en choisissez un.*
- *Le 'voisin (voisine)' désire posséder ou se débarrasser d'un objet inutile. Décidez ensemble de quel objet il s'agit.*
- *En tenant compte de la bandelette reçue, vous allez rédiger l'annonce que le voisin va passer dans le journal local « Les petits potins ».*
- *Ecrivez l'annonce sur grande affiche.*

Lecture des productions. On vérifie s'il s'agit bien d'une annonce, au besoin on reformule.

Le formateur demande de classer les objets proposés en deux colonnes : objets utiles / objets inutiles et d'argumenter pour justifier le classement.

Il note sur grande affiche.

3. REPONSE A L'ANNONCE (EN SOUS-GROUPE)

Il reste deux textes de présentation de 'voisins'. Les membres du sous-groupe choisissent lequel de ces deux voisins se montrera intéressé par l'annonce. La réponse est rédigée ou jouée par les membres du sous-groupe.

Consignes :

- *Choisissez un 'autre voisin' parmi les deux textes de présentation non utilisés.*
- *Choisissez ensemble un objet qui vous semble inutile. Vous pouvez le choisir dans la liste affichée ou parmi les annonces proposées ou rédigées. Vous pouvez aussi le trouver en discutant.*
- *Rédigez pour ce voisin la réponse à l'annonce ou jouez la scène.*



4. PRODUCTION DE TEXTE (INDIVIDUELLEMENT)

A l'aide des « morceaux » constitués, écrire un texte narratif, reconstituer un texte entier en piochant dans tous les mots affichés ou entendus.

Consigne :

- *Vous disposez de plusieurs « morceaux » de texte : le texte de présentation du 'voisin', l'annonce qu'il a passée et la réponse qu'il a reçue. Ecrivez un texte suivi avec ces morceaux et terminez le texte.*

Lecture des productions.

3^{EME} TEMPS LES OBJETS ET NOUS

LES PROFILS PROPOSES

Six profils humains sont proposés (voir feuille jointe).

Le formateur en choisit trois.

Il distribue les bandes texte qui font état des situations. Il les lit et demande une formulation orale. Il s'aide au besoin de photos pour créer un support visuel de présentation des personnes présentées et aider ainsi à la compréhension.

Puis il présente une liste d'objets.

En sous-groupe il faudra attribuer un objet à chacune des personnes décrites et proposer des arguments pour justifier le choix.

Consignes :

- *En sous-groupe, relisez les 3 bandes/texte présentant les situations.*
- *Dans la liste des objets, lequel attribueriez-vous à un de ces trois personnages ?*
- *Trouvez au minimum deux arguments pour justifier à chaque fois votre choix.*

Communication au grand groupe.

Mise en commun.

S' la situation financière de la personne profilée n'est pas prise en considération, il faut demander qu'il en soit tenu compte mais vérifier toutefois que les données chiffrées soient évocatrices pour les membres du groupe. Des calculs sont effectués ont lieu afin de vérifier à quoi s'engage financièrement la personne en acquérant cet objet pour permettre le débat.

Travail en grand groupe. Variante.



Cinq objets sont proposés et sont distribués à cinq personnes du groupe. Celles-ci vont l'attribuer à une silhouette sans concertation avec le restant du groupe. Par la suite, chacun des participants a la possibilité de réagir en attribuant les objets à d'autres silhouettes, selon ses propres critères. Ceci jusqu'à l'obtention d'un consensus commun au groupe.

Cette partie se déroule en silence.

PRODUCTION DE TEXTE (INDIVIDUELLEMENT)

Individuellement chacun rédige un texte argumentatif en reprenant le nom du personnage choisi, en exposant la situation de celui-ci, en racontant pourquoi il désire cet objet et comment il fera financièrement pour l'acquérir.

Consignes :

- *Parmi les trois personnages présentés, vous en choisissez un.*
- *Ecrivez un texte personnel qui présente cette personne et qui explique pourquoi elle désire acquérir tel objet et comment elle s'arrangera pour le payer.*

Lecture des textes. Réactions.

LES PROFILS PROPOSES (BIS) (TRAVAIL EN SOUS-GROUPE)

Trois profils n'ont pas été exploités. Les participants sont répartis en sous-groupes. Un de ces trois profils leur est donné ainsi que la photo du personnage. Il est intéressant de distribuer une même situation à deux sous-groupes. Les membres du sous-groupe essaient de comprendre la situation du personnage, lui attribuent un objet et justifient leur choix. Ils rédigent un texte d'opinion où ils commentent le choix posé.

Consignes :

- *Chaque sous-groupe va travailler sur une personne et sur une situation différentes.*
- *Lisez le contenu de la fiche et entre vous répondez aux questions suivantes : de qui on parle ? Quelle est la situation de cette personne ? Relevez les mots clés.*
- *Choisissez dans la liste des objets celui que votre personnage désire acquérir.*
- *Ecrivez (ensemble) un texte d'opinion, ce que vous pensez de ce choix en tenant compte de la situation financière du personnage*



Lecture des différentes réponses.

Discussion :

- Pourquoi avez-vous choisi tel objet pour tel personnage ?
- Quel est l'objet qui semble le plus adéquat pour tel personnage en fonction de son contexte de vie ?
- Un objet est-il utile ou inutile en fonction du contexte de vie de la personne ?

Profils suggérés :

- **M. Willy, 34 ans**, veuf depuis 6 mois, ouvrier chez Duferco, 3 enfants à charge. Il gagne 1100 euros net par mois et a un loyer de 500 euros. Il a récemment acheté une voiture et une machine à laver. Il doit rembourser 300 euros pour ses emprunts.
- **Mme Suzette** est au chômage après avoir travaillé 20 ans chez Couture Magic. Elle reçoit en tant qu'isolée 800 euros par mois. Elle est propriétaire d'un appartement. Elle adore dépenser son argent pour des vêtements de marque, en moyenne 500 euros. Elle aide son neveu en lui donnant 250 euros tous les mois.
- **Mme Jacqueline** travaille aux Communautés Européennes et gagne 3200 euros par mois. Elle vit avec ses deux enfants dans un appartement de 300m2 qu'elle loue 1200 euros par mois. Elle est inscrite à un club de fitness qui lui coûte 500 euros par mois. Elle possède une voiture et ses deux enfants également. Le coût de ces voitures s'élève à 1250 euros. Elle aime beaucoup organiser de grandes fêtes chez elle.
- **M. Jacques** vit chez son fils depuis son accident suite auquel il a perdu son emploi. Depuis lors, il touche une indemnité mensuelle de la Caisse Invalidité de 1200 euros. Il doit rembourser son hospitalisation et son traitement médical d'un montant de 650 euros par mois, en dehors de médicaments. Il donne 450 euros à son fils un défraiement pour le logement, la nourriture et les charges diverses.
- **Melle Emilie a 19 ans** et suite à des problèmes familiaux, elle a été mise à la porte de la maison parentale. Elle suit des études de photographie en promotion sociale et fait des babysitting de temps à autres. Elle reçoit du RIS (revenu d'intégration sociale) 644 euros et partage un appartement avec une amie, sa part de loyer s'élève à 250 euros. Son copain a contracté des dettes à son nom qu'elle doit rembourser mensuellement pour un montant de 180 euros.
- **Jean Charlier, 42 ans**, vit seul. Il est passionné de voyages organisés vers des destinations lointaines qu'il fait plusieurs fois par an. Il travaillait en tant qu'indépendant dans une grande agence de voyages qui a fait faillite. Depuis lors, il est au chômage, dispose de beaucoup de temps libre et emprunte régulièrement auprès de son entourage de quoi satisfaire sa passion. Il n'arrive pas à honorer ses dettes depuis 2 ans et continue à voyager.



Objets proposés

1.	Un lecteur (graveur) DVD	199 €
2.	Un four à micro ondes	159 €
3.	Un vélo d'appartement	274,70 €
4.	Une location gratuite de vélo - pendant un an	
5.	Un massage plantaire	30 € la séance
6.	Un abonnement à la revue « Terres d'ici, terres de là »	11 n° à 45 € (au lieu de 54,35 €)
7.	Un répertoire d'adresses « La vie à bon marché »	15 €
8.	Un hamac	89 €
9.	20 volumes de l'encyclopédie <i>Tout Connaître</i>	60 €
10.	3 cartes de GSM	45 € (15 € la carte)
11.	Un feu ouvert deuxième main	350 €
12.	Un arbre (un olivier)	15 €
13.	Une fontaine statue intérieure	189 €
14.	Une plaque de cuisson encastrable	349 €

POUR TERMINER L'ATELIER

Rappel des différentes étapes : ensemble

Ressenti : parole libre

Ce que je retiens de la problématique (en sous-groupe)

Les apprenants sont répartis en sous-groupe. Une affiche préparée (utile/inutile) leur est donnée ainsi que les étiquettes objets et de la colle.

Consignes :

- *Dans la liste des objets proposés pour les personnages, collez les étiquettes dans les colonnes appropriées par ordre d'importance. Donnez deux arguments pour les objets utiles et deux pour les objets inutiles.*

Variante :

- *Listez tous les objets proposés pour les personnages, du plus utile au plus inutile (de 1 à 5) et justifiez l'ordre.*

Mise en commun, confrontation des listes et discussion.

- *Qu'est-ce qui ressort de l'ensemble des classements ?*
- *Des arguments sont mis en commun et notés sur affiche en colonnes (pour / contre).*
- *En quoi un objet est utile ou inutile ? (entre besoins et envies)*
- *Est-ce que un objet est utile ou inutile en fonction du contexte de vie de la personne ?*



Tour de table : chacun en une ou deux phrases dit ce qu'il retient des discussions, des débats liés à la problématique de l'atelier.

Ce que j'ai découvert dans l'atelier d'écriture.

Le formateur note sur affiche les découvertes, les outils, les étonnements ou questions liées à la production d'écrits.



Supports à photocopier

LES ANNONCES

Je collectionne

Je collectionne les billets de concert usagés.

Si vous destinez les vôtres à la poubelle, pensez à moi !!!!

Je vous envoie une enveloppe timbrée à mes nom et adresse pour réexpédition.

Merci !!!

Réponse à adresser à : Julie - Rue du Grand Chemin, 23bis - 9400 Lesnuages

076/39 42 46

Je vends

Je vends ma télé 51 cm/ 20 pouces, marque DAEWOO, bonne qualité, bon état, fournie avec la télécommande et le câble télé. Je ne l'utilise pas très souvent donc elle est comme neuve. Prix: 75€ (à débattre). Contact: Louise 08 98 66 34

Je loue

Avenue Paul Janson à 1070 Bruxelles (Anderlecht), belle avenue spacieuse, à 200 m de la place de la Vaillance, à 200 m du parc Astrid, et à 2 pas des arrêts de métro et trams, 2 chambres dans duplex lumineux 140 m, entièrement rénové.

Loyer : 300€ par mois la chambre ou 90€ par semaine

Disponibles immédiatement.

Gilbert, 24 ans, homme, salarié, non fumeur.

Pour infos : gilbertsilou@arnaques.be

Je prête

A toute personne intéressée les revues *Aux doigts de fée*, introuvables aujourd'hui. Des centaines d'idées simples à réaliser, de beaux modèles et patrons sont présentés en couture et en broderie.

Je prête également les revues *Bricoler chez soi, c'est facile* appartenant à mon mari.

Contact : Julie Robert 02 698 4612.



J'échange

J'échange mon appartement de plain pied situé à 100 m de la plage avec vue sur la mer contre un appartement de taille équivalente ou supérieure situé à Bruxelles centre si possible.

Attention mes dates sont très précises car j'aurais besoin de cet appartement à Bruxelles du 28 novembre au 3 janvier.

Je l'échange encore début février à fin mai.

Mon appart est très bien situé (entre mer et forêt, à 100 m de la plage et avec vue sur mer) et équipé (internet wifi, écran LCD 40', chaîne hifi, lecteur dvd, frigo).

Il y a un grand lit et 2 canapés, une cuisine séparée et salle de bain douche, il y a une terrasse avec mobilier de jardin.

Un vélo peut être mis à disposition, mais un véhicule est souhaité pour mieux découvrir la région.

Je serai seul à venir à Bruxelles (c'est pour affaires, je suis commerçant de 37 ans) quant au mien une personne ou 2 pourraient l'occuper.

Faites vos propositions. A bientôt.

Contact : Rémi Fasol 00 33 9 87 65 43

Je prête

Je prête mon GSM à toute personne qui accepterait de me servir de guide pendant deux mois durant mon voyage en Guinée.

GSM avec MP3, appareil photo, kit main libre et possibilité de connexion internet.

Veuillez me contacter entre 17 et 21h au 05 63 89 65 22.

J'achète

J'achète une montgolfière pour déclarer ma flamme à mon voisin. Je recherche également une personne graphiste pour m'aider à rendre visible mon message.

Prêt à payer le prix fort. Urgent.

Contact : legrandamour.com



LES BANDELETTES

Je collectionne

Je donne

Je vends

J'achète

J'échange



LES PROFILS

M. Willy, 34 ans, veuf depuis 6 mois, ouvrier chez Duferco, 3 enfants à charge.
Il gagne 1100 euros net par mois et a un loyer de 500 euros.
Il a récemment acheté une voiture et une machine à laver.
Il doit rembourser 300 euros pour ses emprunts.

Mme Suzette est au chômage après avoir travaillé 20 ans chez Couture Magic.
Elle reçoit en tant qu'isolée 800 euros par mois.
Elle est propriétaire d'un appartement.
Elle adore dépenser son argent pour des vêtements de marque, en moyenne 500 euros.
Elle aide son neveu en lui donnant 250 euros tous les mois.

Mme Jacqueline travaille aux Communautés Européennes et gagne 3200 euros par mois.
Elle vit avec ses deux enfants dans un appartement de 300m² qu'elle loue 1200 euros par mois.
Elle est inscrite à un club de fitness qui lui coûte 500 euros par mois.
Elle possède une voiture et ses deux enfants également.
Le coût de ces voitures s'élève à 1250 euros.
Elle aime beaucoup organiser de grandes fêtes chez elle.

M. Jacques vit chez son fils depuis son accident suite auquel il a perdu son emploi.
Depuis lors, il touche une indemnité mensuelle de la Caisse Invalidité de 1200 euros.
Il doit rembourser son hospitalisation et son traitement médical d'un montant de 650 euros par mois, en dehors de médicaments.
Il donne 450 euros à son fils un défraiement pour le logement, la nourriture et les charges diverses.



Melle Emilie a 19 ans et suite à des problèmes familiaux, elle a été mise à la porte de la maison parentale.

Elle suit des études de photographie en promotion sociale et fait des babysitting de temps à autres.

Elle reçoit du RIS (revenu d'intégration sociale) 644 euros et partage un appartement avec une amie, sa part de loyer s'élève à 250 euros.

Son copain a contracté des dettes à son nom qu'elle doit rembourser mensuellement pour un montant de 180 euros.

Jean Charlier, 42 ans, vit seul.

Il est passionné de voyages organisés vers des destinations lointaines qu'il fait plusieurs fois par an. Il travaillait en tant qu'indépendant dans une grande agence de voyages qui a fait faillite.

Depuis lors, il est au chômage, dispose de beaucoup de temps libre et emprunte régulièrement auprès de son entourage de quoi satisfaire sa passion.

Il n'arrive pas à honorer ses dettes depuis 2 ans et continue à voyager.



Exemple de production dans un groupe LE2

Tour de table

Je vends	Je donne	Je collectionne
Mon VTT neuf La voiture Mon appartement Mon bic Mon ordinateur	Des cours d'informatique Des livres (2) Mon amitié Des vêtements Mes chaussures (2) Mes poupées À manger Mes soucis	Des voitures de course miniatures Des girafes et ce qui s'y rapporte Des DVD L'argent (ancien) Des timbres anciens Des affiches Des livres Des foulards Des sacs

Utile, inutile ?

Travail en sous-groupes

Utile	Inutile
S-g.1 Un feu ouvert Une plaque de cuisson Un hamac 3 cartes GSM Un arbre (un olivier) Une porte moustiquaire 20 volumes de l'encyclopédie <i>Tout connaître</i>	Un nettoyeur haute pression Une mallette à outils pour bricoleur Une fontaine danseuse
S-g.2 Une mallette à outils pour bricoleur Un nettoyeur haute pression Un arbre (un olivier) 20 volumes de l'encyclopédie <i>Tout connaître</i> Une plaque de cuisson encastrable Une fontaine danseuse Un hamac Une porte moustiquaire 3 cartes de GSM	Un feu ouvert



2. Atelier de réflexion (animation):

Consommons-nous pour vivre ou vivons-nous pour consommer ?

Objectifs :

- Aborder la consommation sous l'aspect économique (création du besoin réel ou fictif - accès facile aux cartes de crédit)
- Lutter contre la démesure
- Donner la priorité à la valeur ETRE au niveau personnel et collectif
- Permettre aux personnes d'acquérir des concepts clairs relatifs à notre condition de consommateur, notre mode de fonctionnement dans la société de consommation

Etapes

1^{ère} étape :

Observer, relever ce qui fait « consommation » dans la vie de tous les jours.

Désir et besoin.

2^{ème} étape :

Faire le lien entre les faits et le fonctionnement de la société de consommation. Qu'est-ce qui nous pousse à consommer ? Quelles sont les valeurs que nous véhiculons à travers nos actes d'achat ? Prendre conscience des nécessités de la vie.

Consommation et bonheur

3^{ème} étape :

Valoriser les compétences individuelles et collectives du groupe

Matériel nécessaire

- Logo, slogan du MégaMarket
- Formulaire de demande
- Les 4 cartes d'accès au magasin (x12)
- Un support visuel présentant les 4 cartes + feuille A4 distribuée
- Grandes affiches, marqueurs



Déroulement

Planter le décor : le gigastore

Le logo, le slogan, la devise du magasin sont affichés au tableau.

« *MégaMarket, accélérateur de bonheurs. Tout se vend. Tout s'achète.* »

Le MégaMarket est le plus grand magasin du monde entier. Tout ce qui est fabriqué dans le monde entier se vend et s'achète là.

Consigne :

- *Tout ce qui est mis en rayon sera vendu. Tout ce qui est vendable sera mis en rayon. Tout s'achète.* »
 - ➔ *Est-ce que vous croyez que tout s'achète ?*
 - ➔ *Qu'est-ce qu'on ne trouverait pas dans le magasin ?*

Le formateur prend note sur affiche. S'il n'y a pas de consensus dans le groupe, il le démarque en utilisant une autre couleur.

L'accès au magasin

Tout le monde désire avoir accès au magasin.

Pour avoir accès au magasin, il faut introduire une demande de membre du magasin.

La magasin propose 4 cartes : Gold, Silver, Platinum et Joker.

Sur cette carte sont mentionnés : le logo du gigastore, le nom et prénom du demandeur, le numéro de compte du demandeur.

Chacun choisit la carte qu'il désire obtenir.

Le formateur (qui joue le patron du MégaMarket) s'aide du support visuel (feuille de bristol sur laquelle en un tableau illustré sont repris : le cadeau de bienvenue, les avantages, la réserve d'argent proposée, le temps d'accès permis, les modalités de paiement). Il présente chaque carte.

Après avoir pris connaissance des caractéristiques de chaque carte, chacun choisit de demander celle qui l'attire, celle qu'il désire obtenir.

Demande de la carte d'accès au MégaMarket

Tout le monde remplit le formulaire de demande (sans oublier de noter le nom de la carte désirée) et envoie sa demande à la direction du magasin.

Le formateur indique pour les plus débutants ce qu'il faut compléter : nom, prénom, adresse, budget mensuel, nom de la carte convoitée, date et signature.



NB : Apprendre à remplir un formulaire peut faire l'objet d'une séquence ultérieure du cours de français

Pendant que « la direction » examine les demandes, les participants forment des sous-groupes en fonction des cartes choisies sur le formulaire (+/- 4/5 personnes) :

- ils expliquent le choix de leur carte et justifient
- ils établissent une liste d'arguments (3 - 4) pour la carte choisie et les notent sur grande affiche

Consignes :

- *Dans votre groupe, dites pourquoi vous souhaitez obtenir cette carte d'accès au magasin.*
- *Notez-les sur grande affiche (Le formateur aide au besoin).*

Mise en commun :

Les affiches sont exposées dans la salle et présentées au grand groupe. Un débat a lieu, centré sur la confrontation des arguments donnés en faveur ou en défaveur des cartes d'accès.

Attribution des cartes par la direction du gigastore

La « direction » examine les demandes et accorde les autorisations selon les critères établis.

Les cartes sont distribuées en fonction du budget mensuel annoncé sur le formulaire de demande de carte de membre :

- Plus de 1200€/ mois : carte Gold
- Entre 1000 et 1200€/ mois : carte Silver
- Entre 500 et 1000€/ mois : carte Platinum
- Moins de 500€/ mois : carte Joker

La direction distribue les cartes aux participants.

Les participants se réunissent par type de carte reçue (3/4 personnes par groupe) :

- ils se communiquent leurs réactions (déception, injustice, contentement,...)
- ils dressent une liste d'achats qu'ils feraient dans ce magasin, en tenant compte des possibilités qu'offre la carte reçue (chaque personne énonce au minimum une chose qu'elle rêve d'acheter, qu'elle pourrait posséder grâce à la carte, dit comment elle le paie).

Consignes :

- *Vous avez reçu votre carte d'accès au magasin. Êtes-vous satisfaits ? Faites part de vos réactions dans le sous-groupe.*
- *Chaque personne dit ce qu'elle achèterait dans le MégaMarket, combien il coûte et comment elle paierait cet achat. Notez la liste des achats sur affiche pour la présentation au grand groupe. (Le formateur aide au besoin)*

Mise en commun et analyse réflexive :

Un rapporteur du sous-groupe présente l'affiche réalisée.

Le formateur relève les points communs et les différences en confrontant le contenu des affiches.



Il attire l'attention ce qui est noté en bas du formulaire (le taux d'intérêts lié aux emprunts), pose des calculs afin de faire prendre conscience des sommes à rembourser par mois lorsque le crédit est utilisé et de vérifier que les sommes empruntées soient remboursées endéans les deux ans.

Les questions suivantes sont débattues :

- *Quelle est la meilleure des cartes proposées par MégaMarket ? Pourquoi ?*
- *Pourquoi proposer de telles cartes d'accès au magasin ?*
- *Pensez-vous qu'il s'agisse d'un piège pour les consommateurs ?*
- *Tout le monde peut-il accéder au MégaMarket ?*
- *Qu'est-ce qui attire les consommateurs dans un tel magasin ?*
- *Que penser du crédit proposé ?*
- ...

En guise de conclusion : positionnement du groupe

Deux manières de procéder (à choisir)

1. Rédiger des phrases clés

Il s'agit de disposer de phrases clés « d'opinion » qui emportent l'adhésion du groupe sur les questions suivantes :

1. La politique commerciale du MégaMarket, en quoi consiste-t-elle ?
2. Que veulent les consommateurs ?
3. Qu'est-ce qui les pousse à acheter ?
4. Consommer apporte-t-il du bonheur ?
5. Que penser des cartes de crédit ?

Travail en sous-groupe dans un premier temps.

Consigne :

- *Rédigez pour chaque question, une ou deux phrases qui reflètent votre opinion. Ecrivez-la lisiblement sur une bandelette.*

Les phrases sont lues au grand groupe, notées sur affiche. Elles sont questionnées. Certaines sont choisies et mises en travail (complétées, précisées...). Elles sont le reflet de la pensée du groupe et comme telles, elles seront distribuées à tous.



2. Se positionner en fonction d'items lus

Le formateur explique qu'il s'agit de se regrouper dans des endroits différents du local en fonction de l'item choisi parmi trois proposées données - (la phrase avec laquelle ils marquent leur accord). Ces items concernent : la stratégie adoptée par le magasin, la consommation, la société de consommation, le crédit.

Il lit puis relit chaque item lentement. Chacun se déplace vers l'endroit indiqué en fonction du choix posé.

Au sein de chacun des groupes constitués, la formatrice invite quelques personnes à justifier leur choix. En prenant connaissance des arguments exprimés, certains apprenants peuvent changer d'opinion. Ils se déplacent à nouveau.

Le déplacement obligé montre à tous par le nombre de participants répartis les prises de position majoritaires, telle le fixerait une photo prise à un moment donné. Le formateur prend note et synthétisera les positions au terme de la séquence

Mise en commun et analyse réflexive :

1. *Le tableau des items est relu afin de rappeler les prises de position majoritaires du groupe*
2. *Qu'est-ce qui nous motive quand on achète ? Pourquoi on consomme ?
Sur base de quoi on achète pour satisfaire nos envies ? Qu'est-ce qui crée nos envies ?
Est-ce que nos envies sont vraiment les nôtres ? (liberté et contraintes)*
3. *Réflexion sur l'usage des cartes de crédit*

En terminer avec l'animation

Se remémorer les étapes successives de l'animation, relecture des affiches :

- Tout s'achète ?
- Intérêt des cartes d'accès au MegaMarket
- Avantages, désavantages liés aux cartes proposées par le gigastore
- Listes d'achats
- Positionnement de groupe

Ressenti :

Parole libre sur l'animation

Conclusion :

Réponse à la question / titre de l'animation : **Consommons-nous pour vivre ou vivons-nous pour consommer ?**



Supports pour l'animation

	<i>La carte Gold, la carte qui a de l'assurance</i>	<i>La carte Silver, la carte qui vous emmène au-delà de vos limites</i>	<i>La carte Platinum, une réserve d'argent disponible à tout moment</i>	<i>La carte Joker, la carte de l'heureux perdant</i>
Cadeau de bienvenue	Entrez dans le monde des privilèges en recevant la carte Gold avec 250 points (1 point = 1euro) en valeur d'achat	Recevez un appareil photo digital XP3582	Recevez 3 bons d'achat d'une valeur totale de 15 euros	En guise de bienvenue, participez à notre grand jeu hebdomadaire (tirage 1 fois par semaine) : le gagnant emporte le contenu de son caddie après avoir eu 15 minutes pour le remplir comme il le souhaite
Avantages	<p>Bénéficiez de services exclusifs (Accès aux caisses uniquement réservées aux clients Gold, parking couvert gratuit, rendez-vous individuels avec les chefs de rayons,...)</p> <p>Accès aux réductions et aux promotions tous les mois</p> <p>Mise à disposition d'un espace de détente client</p> <p>Parrainez un ami et recevez un home cinéma, l'évasion à domicile</p>	<p>Utilisation gratuite d'un caddie en acier inoxydable pour faire ses achats</p> <p>Consultation personnalisée durant toute la durée des achats en cas de besoin</p>	Catalogue gratuit du magasin dès le premier achat d'une valeur de 75 euros	Bénéficiez d'une carte de fidélité donnant droit à une réduction de 2% lors de votre 11 ^{ème} achat (carte limitée par trimestre et renouvelable à volonté)
Modalités de paiement	Possibilité d'un mode de paiement différé Choisissez votre mensualité selon vos besoins et votre budget	Possibilité d'un mode de paiement différé Choisissez votre mensualité selon vos besoins et votre budget	Possibilité d'un mode de paiement différé Choisissez votre mensualité selon vos besoins et votre budget	Possibilité d'un mode de paiement différé Choisissez votre mensualité selon vos besoins et votre budget



	La carte Gold, la carte qui a de l'assurance	La carte Silver, la carte qui vous emmène au-delà de vos limites	La carte Platinum, une réserve d'argent disponible à tout moment	La carte Joker, la carte de l'heureux perdant
Réserve d'argent	Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 5000 euros en achat dans le magasin Le crédit doit être remboursé en 2 ans	Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 3000 euros en achat dans le magasin Le crédit doit être remboursé en 2 ans	Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 3000 euros en achat dans le magasin Le crédit doit être remboursé en 2 ans	
Accès au Megamarket	Accès illimité au magasin	Accès au magasin limité à 4h/jour	Accès au magasin limité à 2h/jour	Accès au magasin limité à 1h/jour

Les cartes

La carte Gold, la carte qui a de l'assurance

- Entrez dans le monde des privilèges en recevant la carte Gold avec
- 250 points (1 point = 1 euro) en valeur d'achat
- Bénéficiez de services exclusifs (Accès aux caisses uniquement réservées aux clients Gold, parking couvert gratuit, rendez-vous individuels avec les chefs de rayons, ...)
- Accès aux réductions et aux promotions tous les mois
- Mise à disposition d'un espace de détente client
- Parrainez un ami et recevez un home cinéma, l'évasion à domicile
- Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 5000 euros en achat dans le magasin
- Accès illimité au magasin



La carte Silver, la carte qui vous emmène au-delà de vos limites

- En guise de bienvenue, recevez un appareil photo digital XP3582
- Possibilité d'un mode de paiement différé
- Choisissez votre mensualité selon vos besoins et votre budget
- Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 3000 euros en achat dans le magasin
- Utilisation gratuite d'un caddie en acier inoxydable pour faire ses achats
- Consultation personnalisée durant toute la durée des achats en cas de besoin
- Accès au magasin limité à 4h/jour



La carte Platinum, une réserve d'argent disponible à tout moment

- Bénéficiez d'une réserve d'argent à crédit de 3000 euros en achat dans le magasin
- En guise de bienvenue, recevez 3 bons d'achat d'une valeur totale de 15 euros
- Remboursement selon votre rythme et vos moyens financiers
- Catalogue gratuit du magasin dès le premier achat d'une valeur de 75 euros
- Accès au magasin limité à 2h/jour




La carte Joker, la carte de l'heureux perdant


- Bénéficiez d'une carte de fidélité donnant droit à une réduction de 2% lors de votre 11^{ème} achat (carte limitée par trimestre et renouvelable à volonté)
- En guise de bienvenue, participez à notre grand jeu hebdomadaire (tirage 1 fois par semaine) : le gagnant emporte le contenu de son caddie après avoir eu 15 minutes pour le remplir comme il le souhaite
- Accès au magasin limité à 1h/jour



Le formulaire




Demande de la carte MegaMarket



Remplissez complètement et lisiblement votre demande. Introducez-la dans la boîte verte.

OUI, je veux recevoir ma carte (inscrivez le nom de la carte choisie)

et mes cadeaux de bienvenue gratuits*



Mon CADEAU de bienvenue

VOUS / DEMANDEUR

Mme Mlle M.

Nom

Nom de jeune fille

Prénom

Il(elle) le

Lieu de naissance

Nationalité

IP* de registre national
(sur votre carte d'identité)

VOTRE CONJOINT(E) / PARTENAIRE

SITUATION PROFESSIONNELLE

Travaillez-vous ? Oui Non

Profession actuelle

Depuis ans

SITUATION DE FAMILLE

Célibataire Marié(e) Co-habitant(e) Divorcé(e) Veuf(ve) Séparé(e)

Nombre d'enfants à charge

ADRESSE

Rue IP* Pt*

Cod. postal La ville

Tel. privé GSM

Propriétaire Locataire Logé par les parents / employeur. Depuis ans

BUDGET MENSUEL

Votre salaire net mensuel - de 500 € < 500 € et > 1000 € < 1000 € et > 1200 € + de 1200 €

De votre conj. part. par mois - de 500 € < 500 € et > 1000 € < 1000 € et > 1200 € + de 1200 €

Alloc. famil. €/mois

Autres prêts €/mois

Loyer ou prêt imm. €/mois

BANQUE

Nom de votre banque Cpte ouvert depuis an(s) mois

IP* de compte bancaire

Renseignements certifiés exacts

Signature du demandeur

Signature du conjoint / partenaire

Date / / Il ne pourra être donné suite aux demandes incomplètes.

* Ces données fournies dans votre demande par MegaMarket s.c.a., la carte MegaMarket de nos membres du crédit à base d'impôts de 14,21% sur 200% de leur revenu net mensuel imposable hors de notre centre FISCAL 1975, est destinée aux 12000 € par mois ou moins, sans aucune autre restriction, et sera soumise à la loi de 1975 sur le crédit à base d'impôts de 14,21% sur 200% de leur revenu net mensuel imposable hors de notre centre FISCAL 1975.

Si vous êtes le conjoint ou le partenaire de la personne à l'égard de laquelle la demande de carte MegaMarket est faite, nous vous informons que la demande personnelle mentionnée ci-dessus est faite en vertu de la loi de 1975 sur le crédit à base d'impôts de 14,21% sur 200% de leur revenu net mensuel imposable hors de notre centre FISCAL 1975. Veuillez noter que nous ne sommes pas responsables des données personnelles mentionnées ci-dessus et nous ne sommes pas responsables de la demande de carte MegaMarket de la personne à l'égard de laquelle la demande de carte MegaMarket est faite. Si vous êtes le conjoint ou le partenaire de la personne à l'égard de laquelle la demande de carte MegaMarket est faite, nous vous informons que la demande personnelle mentionnée ci-dessus est faite en vertu de la loi de 1975 sur le crédit à base d'impôts de 14,21% sur 200% de leur revenu net mensuel imposable hors de notre centre FISCAL 1975. Veuillez noter que nous ne sommes pas responsables des données personnelles mentionnées ci-dessus et nous ne sommes pas responsables de la demande de carte MegaMarket de la personne à l'égard de laquelle la demande de carte MegaMarket est faite.

La Carte MegaMarket : accélérateur de bonheurs



Les items

Mégamarket - Stratégies du magasin

- Le magasin veut rendre les gens heureux en leur vendant de beaux produits
- Le magasin veut s'enrichir en essayant que les gens achètent le plus possible
- Le magasin, tout en faisant du bénéfice, facilite la vie des consommateurs
- Le magasin avec son système de cartes veut être accessible pour tous
- Le magasin est réservé à une certaine catégorie de personnes
- Le magasin s'adresse principalement aux personnes qui peuvent acheter

La consommation

- En pouvant s'acheter tout ce que l'on désire, on est plus heureux
- Ce n'est pas parce que l'on peut acheter tout ce que l'on désire que l'on est plus heureux
- Tout avoir ne procure qu'un court moment de bonheur
- Ce n'est pas parce que l'on n'a pas d'argent que l'on ne peut pas se permettre de s'acheter ce qui nous ferait plaisir
- On s'empêche de se faire plaisir (en achetant) par manque d'argent
- Il est plus important de faire attention tout le temps à ses dépenses quand on n'a peu d'argent

La société de consommation

- C'est une chance d'avoir le choix
- C'est un droit d'avoir le choix
- C'est un confort supplémentaire d'avoir le choix

La publicité

- La publicité nous fait connaître ce qui existe et permet de choisir ce qui nous convient
- La publicité est souvent fausse et nous fait croire qu'en possédant certaines choses nous serons plus heureux
- La publicité crée des besoins

Le crédit

- Le crédit nous permet d'avoir ce qui ne serait pas possible d'obtenir autrement
- Le crédit permet d'avoir un coup de pouce financier en cas de coup dur
- Le crédit est un piège

La mondialisation

- La mondialisation est nécessaire à la survie de la société occidentale
- Tout le monde profite de la mondialisation
- La mondialisation partage les richesses de manière équitable



Exemple dans un groupe LE2

Affiche 1 : Que ne peut-on acheter au Mégamarket ?

On n'achète pas dans le Mégamarket : des personnes, les éléments naturels (paysages ou la mer, le soleil,...), des parties du corps, le processus de la vie : la mort ; la chance.

Désaccord dans le groupe : moyens de transport, parties du corps (dents, cœur, foie), ce qui a valeur morale (le bien/le mal) : le hach, les armes ; ce qui a une valeur forte dans la vie : la santé, le travail, l'amour

Affiches 2,3,4,5 : la carte demandée. Arguments

La carte **Gold**

- La meilleure des cartes parce **qu'elle offre beaucoup d'avantages** (cadeau 250 points, réserve d'argent de 5000€, promotions-réductions, conseils personnalisés, rembourser comme on veut) **et de facilités** (ouvert 24h/24 ; parking couvert, espace détente)
- **Son nom est attirant**
- Attraction pour les achats

La carte **Silver**

- Le cadeau de bienvenue (l'appareil photo), et La réserve d'argent de 3000€ sont attirants. De même, les conseils personnalisés.
- **4h de course par jour c'est trop.**

La carte **Joker** (pas de crédit possible)

- Pour ne pas tomber dans le piège du crédit. **Acheter selon ses moyens.**
- **Le nom est attirant**, la carte de fidélité aussi.
- **Pour faire ses courses, une heure, 1H30 suffisent.**

Pourquoi personne n'a choisi la carte Platinum ?



Liste des achats éventuels avec la carte reçue de Mégamarket

La carte Gold

Une seule personne de ce sous-groupe ne l'avait pas demandée. Elle avait souhaité obtenir la carte Silver. Elle se trouve contente néanmoins d'avoir reçu la Gold.

Achat/coût	Paiement/Acompte	Remboursement
Une télé à 1000 € <i>(A coché sur le formulaire : 500€/mois)</i>	Paiement cash (B.C.) de 400 €	Remboursement proposé de 200 € par mois
2 vélos de sport à 3000 € pièce <i>(C'est de toute façon moins cher chez Mégamarket)</i> <i>(A coché sur le formulaire : 1000 €/mois)</i>	Payés cash	
Un salon à 2500 € + une télé à 1000 € Total : 3500 € <i>(A coché sur le formulaire : + de 1000 €/mois)</i>	Paiement acompte 2000 € par B.C	Remboursement pendant 6 mois de 250 €
Une chambre à coucher de 2 personnes (lit-garde-robe-table de nuit) : 2 200 € Un lave-vaisselle à 500 € Une machine à laver 500 € Total : 3200 € <i>(A coché sur le formulaire : + de 1000 €/mois). Les autres l'ont mis en garde à propos l'importante somme de remboursement proposée.</i>	Paiement de 1200 € par B.C	Remboursement de 600 € pendant 5 mois puis 200 €
Des lits superposés pour enfants, valeur : 800 € + armoire pour la chambre des enfants d'une valeur de 1000 €. Total : 1800 €	Paiement cash : 400 €	Remboursement de 200 € pendant 7 mois. <i>« C'est déjà trop pour moi !... »</i>
1 frigo 1 voiture 2500 € 1 appareil photo		
1 camera 1 taureau 1 chien 5000 €	Utilise la réserve d'argent	



Les cartes Silver et Platine

« On n'est pas content de notre carte. On est déçus parce qu'on n'a pas reçu ce qu'on voulait. ... Parce qu'on n'a pas d'argent (CPAS, Chômage). »

Achat avec la carte Silver	Temps (4 heures dans le magasin/jour)	Coût
Une télévision	¾ d'heure	1000 €
Un DVD	¾ d'heure	250 €
Un vélo	¾ d'heure	400 €
Radio-réveil	¾ d'heure	200 €
Outils de bricolage	½ heure	100 €
Microondes	½ heure	200 €
Total	4 h	2150 €
Paiement : pas cash. Par crédit : 50 € pendant 3 ans (100 € : difficilement)		

Achat avec la carte Platine	Temps (2 heures dans le magasin/jour)	Coût
Une marmite	15 minutes	40 €
Un lit	¾ d'heure	600 €
Une cuisinière	1 heure	1000 €
Total	2 heures	1640 €
Paiement Cash : 500 € Par crédit : 50 €/mois pendant 23 mois		



La carte Joker

Réactions

« On n'est pas contents :

- Je n'ai pas choisi cette carte.
- On ne peut pas avoir tout ce qu'on veut.
- Une heure dans le magasin, ce n'est pas assez.
- On ne gagne rien avec cette carte.
- C'est pas grave. »

Achat	Coût	Paiement
Vêtements pour les enfants	300 €	On achète chaque mois un peu (100€)
Pour manger	50 €	Je paie cash
Télévision (normale)	150 €	Je paie cash
Vêtements pour moi	70 €	Je paie tout de suite
Meubles pour ma maison : 1 chambre, 1 salle à manger	1000 €	J'économise puis j'achète
1 fauteuil	300 €	J'économise puis j'achète
1 armoire	200 €	Je paie tout de suite
1 frigo	400 €	J'économise puis j'achète
Des cuillères	10 €	Je paie tout de suite
1 four à micro-ondes	50 €	Je paie tout de suite
4 chaises + 1 table = 1 salle à manger d'occasion	150 €	Je paie tout de suite
5 chaises	75 €	J'économise puis j'achète
2 voyages au Maroc	500 €	impossible
1 housse pour les sièges de voiture	15 €	Je paie cash



Réflexions/ débat

Les mots clés :

- cadeaux/avantages/facilités (« On me donne », « On m'offre »)
- « quand on n'a rien... »
- « ça fait rêver, magique, génial »
- « on ne réfléchit pas plus loin, on prend »
- « espoir d'avoir une carte comme ça. »
- une réserve d'argent de 5000€ est plus intéressante/ rembourser « petit/ petit... »

La carte Gold est la meilleure des cartes proposées car on gagne on y gagne.

- En est-on sûr ?
- Est-ce qu'on gagne vraiment ?
- Qu'est-ce qu'on y gagne ? A quel prix ? Quelles en sont les conséquences ?

- On dépense plus que prévu
- On s'endette (comment rembourser les 5000 ou 3000€ ? Et pendant combien de temps ?)

La politique du magasin : en quoi consiste-t-elle ?

- Que vise le magasin comme objectifs ? Qu'est-ce qui intéressent les patronnes ?
- Que font-elles pour que le magasin s'enrichisse ?
- Pourquoi proposer de telles cartes d'accès ? C'est quoi ces cartes ? Tout le monde peut-il accéder au Mégamarket ?
- Pensez-vous qu'il s'agisse d'un piège pour les consommateurs ?
- Attention ! En bas du formulaire il y a des phrases écrites...DANGER !

Les consommateurs

- Ils ont envie de quoi, eux ?
- Est-ce qu'ils ont vraiment envie ou est-ce qu'ils se sentent obligés d'aller dans un tel magasin ?
- Qu'est-ce qui attirent les consommateurs dans un tel magasin ? Qu'est-ce qui les poussent à acheter, consommer ?
- Est-ce que consommer leur apporte du bonheur ? « Quand on n'a rien... »

Quelques commentaires

Les apprenants croient à l'existence réelle du MégaMarket et recherchent la rue du Bonheur à Bruxelles pour pouvoir s'y rendre.

« Un magasin comme ça, c'est magique, rare. Il y a beaucoup de choses intéressantes. Ca n'existe pas comme ça ailleurs. »

Les cadeaux proposés attirent ; les avantages (facilités) de certaines cartes font rêver : ex. la carte Gold : « On y va à l'aise, on a la liberté de choisir quand on y va » « C'est une carte idéale (formidable) » « Elle fait rêver à de bonnes choses qu'on n'a pas.. »



Très peu de personnes manifestent de la méfiance lorsqu'il s'agit de remplir le formulaire. Quelques rares refusent de le signer par crainte de conséquences.

Les réactions de déception sont nombreuses lors de l'attribution des cartes d'accès. « *On n'est pas contents car on n'a pas choisi cette carte.* » « *On n'a pas de cadeaux avec cette carte* » « *1h dans le magasin, ce n'est pas assez* ».

Certains essaient de développer des stratégies pour obtenir la carte désirée (en vain).

Quelques rares refusent toute carte d'accès au magasin. Deux raisons à cela : le refus de la carte d'accès attribuée par le magasin, la crainte de l'endettement et de ses conséquences désastreuses.

Quelqu'un a dit : « *J'ai peu de moyens...Je veux garder ma liberté...toute ma liberté ...je ne veux pas m'engager...je fais avec ce que j'ai ...* »

La réserve d'argent proposée par le gigastore suscite des réactions diverses : certains comprennent que c'est un cadeau offert (« *On me donne* »); d'autres considèrent que le crédit est une opportunité offerte et trouvent « chouette » de rembourser « un peu, ce qu'on veut » ; d'autres encore ne voient aucun inconvénient à s'endetter : « *Le crédit permet des choses et le rêve aussi* »...



POUR ALLER PLUS LOIN

Les adresses de référence

GREPA. Centre d'Appui aux services de Médiation de Dettes de la Région de Bruxelles-Capitale

Boulevard du Jubilé, 153-155
1080 Bruxelles
02/217.88.06
Site : www.grepa.be
Courriel : info@grepa.be

CRIOC. Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs

Bd.Paepsem, 20
1070 Bruxelles
Tél. : 02/547.06.15
Site : www.crioc.be
Courriel : info@crioc.be

Equipes populaires

Rue de Gembloux, 48
5002 Namur
Tél : 081/73 40 86
Site : www.e-p.be
Courriel : equipes.populaires@e-p.be

L'Observatoire du crédit et de l'endettement

Château de Cartier, place Albert 1^{er}, 38
6030 Marchienne-au-Pont
Tél : 071/33.12.59
Site : www.observatoire-credit.be

Centre de référence du Hainaut

Chaussée de Jolimont, 263
7100 Haine Saint-Paul
Tél : 064/84.22.91
Fax : 064/84.22.89
Site : www.cucweb.be
Courriel : centreref@hotmail.com



Services de médiation de dettes

Liste disponible près de l'Observatoire du crédit et de l'endettement ou en téléphonant au numéro vert de la Région wallonne : 0800/11 901

ASBL DIGNITAS

Service d'orientation, d'accompagnement, de soutien et de défense des personnes endettées
Rue Henri Tourelle, 3
7012 Jemappes
065/35.20.97

Site : www.dignitas.be

Courriel général : info@dignitas.be

Courriel du Service de médiation de dettes : mediation@dignitas.be

Permanences à Liège et à Namur

Service Fédéral Economie :

www.mineco.fgov.be, « Protection du consommateur », « Services financiers et endettement », « Règlement collectif de dettes », « Aperçu général »

Observatoire de la santé et du social de la Région Bruxelles-Capitale : www.observatbru.be

Avenue Louise, 183
1050 Bruxelles

Réseau Financement alternatif (Réseau FA) :

<http://www.reseau-alterfinance.org>

Site belge du développement durable : www.billyglobe.org/fr_2001

Société wallonne du crédit social : www.swcs.be

Société de logement de la Région bruxelloise : <http://www.slrbririsnet.be>

Satistiques du gouvernement fédéral : <http://statbel.fgov.be>

Union professionnelle du crédit : www.upc-bvk.be



Des sites pédagogiques à consulter

<http://www.conso.net>

L'**Institut national de la Consommation**, sur la recommandation du Conseil national de la consommation, a créé une **pédagothèque**, organe unique en France et en Europe.

Sous le titre « Vie quotidienne et citoyenneté », la pédagothèque recense et classe en dix-sept thèmes liés à la consommation et la vie quotidienne (équilibre alimentaire, économie/ budget, environnement, associations de consommateurs...) des documents issus des sources les plus diverses, édités sur tous supports (VHS, expositions...) et destinés à tous les publics, de la maternelle aux formations d'adultes.

Toutes les analyses de documents sont consultables sur Internet.

<http://www.econso.be>

Ce site réalisé par le **Réseau Eco-Consommation** propose de nombreux dossiers thématiques, dont un sur le cartable vert : une évaluation (excellent-satisfaisant-à proscrire) sur une série de fournitures plus respectueuses de l'environnement et de la santé : du crayon en bois naturel au stylo avec réservoir en passant par la boîte à tartine, la gourde, le papier recyclé...

Outre cette rubrique, le site propose en intégralité de nombreuses publications, des fiches-conseils du Réseau, les lettres de l'éco-consommation, une liste de sites intéressants...

<http://www.poubelle.org>

Par ce site, le Réseau Idée souhaite mettre en évidence les absurdités de notre société de consommation et une des conséquences, la production massive des déchets. Il s'agit d'amener le visiteur à réfléchir à ses actes d'achat, et par quelques conseils, lui proposer des alternatives à la production de déchets.

Un véritable magasin en ligne des déchets, avec ses rayons, ses produits, son service de livraison, mais aussi des informations et des adresses...

<http://www.reseau-idee.be>

Site ressource en éducation à l'environnement du Réseau Idée reprenant les listes d'outils pédagogiques et conseils en ligne pour les campagnes « cartable vert » et « jouets ». Consultez également les banques de données ou rendez-vous sur les sites pédagogiques « A l'eau, A l'eau » et « Billy-Globe ».

<http://www.ulg.ac.be/geoeco/lmg/competences/activités/emplettes.html>

Module pédagogique pour les enseignants du secondaire disponible sur le web.

Il a pour objectif de :

- Prendre conscience de l'impact de l'achat de tel ou tel produit de consommation courante sur les plans environnemental, social, économique et culturel, que ce soit dans l'environnement immédiat ou à l'autre bout du monde
- Clarifier les mécanismes de choix (confronter des avis contradictoires-clarifier ses valeurs-prendre conscience de ses ambivalences- choisir dans l'incertitude)
- Construire des cartes de référence pour réfléchir à ses propres choix. Inventaire de séquences pédagogiques très détaillées, conçues par le Laboratoire de Méthodologie des Sciences Géographiques de l'ULg.



Autres fardes pédagogiques

L'énergie, je maîtrise !

Ce cahier d'animation s'inscrit dans le cadre de la campagne menée par les Equipes Populaires « L'énergie ? Je maîtrise ! ». Cette campagne informe et sensibilise aux enjeux énergétiques et plus précisément aux économies possibles en matière de consommation de chauffage. Elle s'adresse à tout type de public.

Elle contient cinq animations autour du thème de l'énergie :

1. « Sensation et représentation... chasser les préjugés »
2. « Trucs et astuces pour économiser de l'énergie »
3. « L'énergie ? Maîtrisons-la ensemble ! »
4. « Comprendre mes facture de gaz et d'électricité »
5. « Empreinte écologique »

Les fiches techniques de ces animations sont désormais disponibles en prêt au Grepa

Témoignages

« Témoignages d'exclusions au quotidien - Un réseau d'écoute pour détecter de nouvelles injustices sociales », Fondation Roi Baudouin.

La Fondation Roi Baudouin va à la rencontre de la pauvreté et de l'exclusion sociale en mettant en place un réseau d'écoute et de recueil de témoignages pour ceux qui vivent quotidiennement des injustices. Et ceci afin de pouvoir être au plus proche du vécu de personnes en difficulté et par la suite, d'initier des actions concrètes qui rencontrent les besoins de cette population en difficulté et d'informer la société de nouvelles formes d'injustices sociales.

Trucs et astuces

« 101 idées futées pour faire des économies d'énergie chez soi », Région Wallonne

Petit fascicule donnant quelques propositions concrètes pour économiser de l'énergie au quotidien dans son habitation : l'isolement de l'habitat, se chauffer, l'eau chaude, la lessive, le frigo, cuisiner en économisant, l'éclairage...

« Agenda budgétaire 2008 », élaboré par le MAJ (Equipe de Médiation et d'Aide Juridique), est un calendrier pour apprendre à gérer son budget mois par mois...

Articles

- Enquête Crédit à la consommation : **On ne prête qu'aux riches ?**, L.Buelens, A-L. Evrard, A.Van Laere, in BudgetsDroits, janvier-février 2007, N°190, p.38 à 41.
- <http://www.decroissance.info/l'enfer-de-l-abondance>

Emission radiophonique

Hervé Brindel, Radio Panic mouvements.be décroissanceinfo



ANNEXES

- 1. Présentation du Grepa asbl**
- 2. 4 articles du journal L'essentiel**, extraits du dossier *Le prix fort*, Marie Luce Scieur, janvier 2008 :
 - Le surendettement augmente
 - Lutter contre le surendettement
 - Se sortir des dettes
 - Crédit revolving ou revolver ?Site : <http://cours.funoc.be/essentiel>
- 3. La pyramide des besoins, selon Abraham Maslow**, Balkiara, rubrique « Réflexions philosophiques », 29 mars 2007
- 4. Ne vous laissez pas impressionner**, brochure concernant les créanciers, les huissiers de justice et les sociétés de recouvrement, une édition de Verbruikersateljee vzw, Mouvement du petit consommateur.
- 5. Le dépliant Journée sans crédit**, (en français), dernier samedi de novembre
- 6. Les cartes de magasins et autres cartes de crédit**, brochure, Grepa asbl, novembre 2005.
- 7. Le regroupement de crédits**, brochure, Grepa asbl, novembre 2005.
- 8. Les services de médiation de dettes de la Région Bruxelles-Capitale**, brochure, Grepa asbl, mars 2006.



Annexe 1 : Présentation du GREPA (Groupe de Réflexion et d'Echange des Praticiens de L'Aide juridique)

Asbl née en décembre 1999.

Faciliter l'accès au droit et à la justice pour les personnes en difficulté notamment par la mise en oeuvre optimale de l'Aide juridique, telle est la mission de l'asbl.

Depuis sa création, le GREPA a organisé une concertation régulière entre le barreau et les avocats d'un côté, les services sociaux de l'autre. Ces contacts ont abouti à l'organisation de formations à l'écoute, de formations en matière d'aide sociale et à la mise en place d'un Centre d'Appui pour les services de médiation de dettes de la Région de Bruxelles Capitale.

Le Centre d'Appui a pour **mission principale de soutenir l'action des services de médiation de dettes** du secteur public (créés par les CPAS notamment) et du secteur associatif. A ce titre, le Centre d'appui :

- organise toutes les formations destinées aux médiateurs de dettes de la région de Bruxelles Capitale,
- diffuse régulièrement des informations concernant les évolutions légales et réglementaires notamment en matière de règlement collectif de dettes et de crédit à la consommation,
- organise une permanence juridique (hotline) pour répondre aux questions posées par les médiateurs de dettes,
- organise des rencontres mensuelles entre les médiateurs de dettes et les créanciers, les pouvoirs publics, ou les intervenants judiciaires.
- intervient régulièrement comme expert sur les questions de crédit à la consommation et d'endettement lors de séminaires, de formations diverses et de colloques.

Les missions du Centre d'Appui comportent également **une assistance aux personnes surendettées** par la prévention et l'information sur les solutions au surendettement.

Ainsi, depuis 2005, notre association soutien activement des projets pilote de prévention du surendettement en partenariat avec des associations ou des entreprises de la Région de Bruxelles Capitale. L'objectif est **de favoriser l'émergence de projets de prévention du surendettement en Région bruxelloise en apportant un soutien technique, méthodologique, en formant les animateurs et en développant des réseaux** (entre les services de médiation de dettes, les centres d'éducation permanente, les maisons médicales, les planning familiaux, les centres d'action sociale globale, les services sociaux de « première ligne ») mais sans nous substituer aux associations de terrain.



Concrètement, le Centre d'Appui :

- organise des **formations** en techniques d'animations destinées aux assistants sociaux qui souhaitent démarrer des projets de prévention ;
- développe une **pédagothèque** afin de mettre à la disposition de tous des outils d'animation adéquats (ouvrages de référence, supports didactiques, fiches pratiques, jeux, DVD, etc) ;
- crée et développe ses propres outils ;
- propose la prise en charge ponctuelle de certaines **animations** (liées au budget par exemple) ;
- offre un **soutien à la mise en place** de tout projet de prévention du surendettement en région bruxelloise ;
- etc.

Sont membres de l'association, outre des personnes à titre individuel (travailleurs sociaux, avocats), l'Ordre Français du Barreau de Bruxelles, les ASBL Free Clinic, Espace Social Télé-Service, Cliniques St-Luc, ATD Quart Monde, Archipel, Solidarités Nouvelles, le CAFA, le Bureau d'accueil et de défense des jeunes et le syndicat des avocats pour la démocratie.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à consulter notre site à l'adresse www.grepa.be ou à nous contacter au 02/217.88.06.



Annexe 2

4 articles du dossier « Le prix fort », Journal L'essentiel

Marie Luce Scieur, janvier 2008

Extrait <http://cours.funoc.be/essentiel/index.php>

Sommaire du dossier « Le prix fort »

- Budget des ménages et hausse des prix
- Un index si moyen
- Le panier de la ménagère
- Euro et hausse des prix
- Un index, des index
- Index et compétitivité
- Augmentation de salaire ?
- L'euro, le héros ?
- Mais que fait le gouvernement ?
- Le surendettement augmente
- Se sortir des dettes
- Lutter contre le surendettement
- Le règlement collectif de dettes
- Crédit revolving ou revolver ?



- Le surendettement augmente -

Fin 2006, en Belgique, 337 775 personnes étaient en retard de paiement pour un crédit ou un prêt hypothécaire. C'est-à-dire 4,1% de la population adulte du pays. Un adulte sur vingt-cinq a donc des problèmes pour rembourser ses emprunts. A ce chiffre, il faut ajouter les personnes en retard de paiement de loyer, celles qui ont des dettes dans les soins de santé, les télécommunications, l'énergie...

Si on observe le surendettement des ménages d'un peu plus près, on voit quelques changements importants depuis quelques années. Ainsi, on constate que le nombre de demandes d'aide augmente.



De plus en plus de personnes s'endettent pour se soigner - Photo: Flémal

Les médiations en hausse

D'après l'Observatoire du crédit, de plus en plus de personnes demandent une médiation de dettes, un accompagnement ou une aide pour gérer leur budget. C'est-à-dire que de plus en plus de personnes font appel à un service professionnel pour les aider. Ce service les aide à négocier un meilleur plan de remboursement ou à gérer leur budget. En Wallonie, depuis 1997, le nombre de dossiers traité par le service de médiation a triplé. Il est passé de 5 100 à 15 997 en dix ans.



Des retards de paiement pour des biens courants

Aujourd'hui, les surendettés n'ont plus seulement des difficultés à rembourser les emprunts qu'ils ont faits pour acheter une maison, une voiture, pour faire de gros travaux ou pour acheter un appareil électroménager. Aujourd'hui, ils ont aussi des difficultés pour faire face à des besoins vitaux, quotidiens. Ainsi de plus en plus de personnes ont des retards de loyer, d'impôts.

Les dettes impayées sont aussi des factures d'hôpital, de gaz, d'électricité, de téléphone et d'eau. Il y a même des dettes liées aux achats de nourriture dans des grands magasins qui proposent leurs cartes de paiement.

Deux exemples. En 2003, 73% des surendettés avaient des dettes fiscales : des arriérés d'impôt et des taxes diverses. Ce chiffre a augmenté ces dernières années. Il a augmenté de 26% depuis 1994. Et entre 1994 et en 2003, le nombre de personnes qui n'arrivent plus à payer leurs factures courantes a lui aussi beaucoup augmenté. 12% de personnes en plus pour les factures d'eau, 26% de personnes en plus pour des soins de santé. 22% de personnes en plus pour le téléphone. Et 14% de personnes en plus pour le loyer.

Ce qui est aussi à noter c'est que les montants des dettes pour ces besoins courants ont eux aussi beaucoup augmenté depuis quelques années. Ainsi, entre 1994 et en 2003, les montants dus pour l'eau ont augmenté de 52%. Les montants dus pour le téléphone ont augmenté de 110%. Tout cela nous montre que les personnes surendettées vivent vraiment dans une précarité de plus en plus grande.

L'endetté a changé

Dans le passé, le surendettement touchait le plus souvent des couples mariés. Mais aujourd'hui, de plus en plus de personnes qui vivent seules sont surendettées. Les familles monoparentales sont de plus en plus touchées. Ces familles monoparentales sont principalement des mères seules avec leurs enfants. Le pourcentage de femmes surendettées ne cesse pas d'augmenter. Mais les hommes restent les plus nombreux, parmi les surendettés.

L'âge moyen des emprunteurs en difficultés de remboursement évolue lui aussi. La majorité des surendettés ont entre 25 et 45 ans. Mais la part de personnes âgées de plus de 45 ans a tendance à augmenter.

Le surendettement touche surtout des personnes qui ont un petit revenu. Dans 73% des cas, les ménages surendettés ont des revenus de remplacement : chômage, revenu d'intégration, allocation de handicapé...

Derrière les moyennes nationales, il y a de grandes différences selon les régions. En effet, on constate que le pourcentage de personnes surendettées est bien plus élevé en Wallonie qu'en Flandre. On constate aussi que la province du Hainaut est la plus touchée avec 6,8% des personnes adultes en situation de surendettement. Le Hainaut est aussi la région la plus pauvre du pays.

Marie-Luce Scieur

Info

Le site de l'Observatoire du crédit et de l'endettement : <http://www.observatoire-credit.be/>



- Lutter contre le surendettement -

Il y a quelques années, le crédit à la consommation était beaucoup moins contrôlé qu'aujourd'hui. Cela a créé des drames. Au fil du temps, les Etats ont pris des mesures pour éviter le surendettement des ménages. Voyons comment ça se passe en Belgique.

En Belgique, 55% de la population adulte a au moins un crédit en cours. Le montant total des crédits à la consommation est de 16 milliards d'euros. Le montant total des crédits hypothécaires dépasse les 100 milliards.

Avant, la Banque nationale faisait seulement le relevé des personnes en retard de paiement. C'est le fichier négatif. Si vous êtes enregistré dans ce fichier, vous aurez beaucoup de mal à obtenir un prêt.

Depuis 2003, la Banque nationale doit aussi enregistrer tous les crédits, même s'ils sont en ordre. Toute personne qui a une carte de crédit, un crédit ou un prêt hypothécaire est donc reprise dans ce que l'on appelle la Centrale positive des crédits aux particuliers.

L'organisme qui prête doit consulter cette centrale positive. Les prêteurs savent ainsi exactement quelle est la situation du demandeur. Ils engagent donc plus leur responsabilité. Ainsi, un juge du travail peut tenir la banque comme responsable si elle a accordé de nouveaux crédits à quelqu'un qui avaient déjà plusieurs crédits en cours.



- Se sortir des dettes -

Difficile de sortir de la spirale infernale des dettes et de repartir sur de bonnes bases. Consulter un service de médiation de dettes est souvent une bonne idée. Nous avons rencontré Noëlle Mabillard et Stéphane Capurso. Ils nous parlent de leur travail au service de médiation de dettes de Charleroi.

Q: Qui peut consulter un service de médiation de dettes?

R: La médiation de dettes est un service public, une aide sociale gratuite. Elle est ouverte aux travailleurs salariés et aux allocataires sociaux. Les indépendants commerçants en activité ne peuvent pas en bénéficier.

Quand peut-on consulter un service de médiation de dettes?

Le mieux, c'est de venir dès le début du problème. Mieux vaut ne pas attendre les huissiers ou les procédures de vente forcée. Il faut en effet du temps pour voir clair dans une situation. Certains surendettés ont parfois beaucoup de créanciers différents. On a déjà vu un dossier avec 40 créanciers différents... Et il faut aussi tenir compte du fait qu'entre la première entrevue et le rendez-vous avec un médiateur, il y a un délai de 4 semaines environ, chez nous...

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles on consulte un service de médiation de dettes ?

Les personnes qui ont beaucoup de dettes essaient souvent de s'en sortir seules. Mais elles doivent continuer à faire face aux dépenses de tous les jours : remplir le frigo, payer le loyer, les factures de mazout, de gaz, d'électricité, les soins de santé, la cantine des enfants. Il faut rembourser ses factures et malgré tout continuer à mener une vie digne. C'est là que le service peut aider.

Que peut-on attendre d'un service de médiation de dettes?

Le médiateur peut vérifier si les droits du débiteur ont été respectés. Il peut aussi discuter avec les créanciers pour obtenir des «facilités de paiement», des réductions d'intérêts ou de frais. Il peut aider à trouver des arrangements acceptables pour les deux parties. Il peut aussi aider le débiteur à avoir une vue d'ensemble de son budget.

Que ne peut-on pas attendre d'un service de médiation de dettes?

Dans un service de médiation de dettes, on ne prête pas d'argent! On ne paie pas les factures à votre place. On ne gère pas vos comptes à votre place. On ne regroupe pas vos dettes.

Il ne faut pas attendre des miracles d'une médiation. Surtout si la personne ne collabore pas. Pour qu'une médiation soit efficace, il faut que le surendetté collabore activement. Il faut parfois qu'il accepte de changer des habitudes qui lui coûtent cher... Enfin, une médiation de dettes ne se termine pas toujours par un règlement collectif de dettes. Le règlement collectif de dettes est réservé aux cas les plus graves... C'est une procédure judiciaire payante.

Noëlle Mabillard et Stéphane Capurso. L'une est responsable de l'équipe des médiateurs. L'autre s'occupe de prévention.

Date : Janvier 2008 - Auteur : Rédaction de L'Essentiel

Dossier : Le prix fort...



Tout, tout, vous saurez tout

Pour des informations pratiques sur la consommation, le crédit et l'endettement, le site de l'Observatoire du crédit est une mine d'or.

On y trouve des études et des actions de l'Observatoire, des brochures à télécharger. Utiles aussi des outils d'information et de prévention. Comme les «Dix questions à se poser avant de signer un crédit».

Des conseils pour éviter le surendettement peuvent être téléchargés gratuitement ou envoyés contre remboursement des frais d'envoi. Quelques uns des sujets abordés: Etre surendetté, Sortir du surendettement, Les achats à crédit, Les droits du citoyen surendetté, les Créances alimentaires, Cession et saisie de rémunération, Cautions : s'abstenir ! Un huissier de justice, Les sociétés de recouvrement.

On trouve aussi des outils d'information et de prévention au surendettement pour les entreprises. Car de plus en plus les personnes qui ont un emploi sont surendettées. Un guide d'information et de prévention au surendettement en entreprises et l'affiche «Les fins de mois difficiles» sont des instruments de sensibilisation à ce phénomène.

Autres infos pratiques bien utiles présentes sur le site : la liste des organismes de médiation de dettes agréés par la Région wallonne. Ces organismes sont classés par province.

A noter aussi la liste des groupes d'appui, destinés aux consommateurs...



- Le Règlement collectif de dettes -

Dans les cas plus graves de surendettement, il y a aussi le Règlement Collectif de dettes. C'est une espèce de faillite pour les particuliers.

Le règlement collectif de dettes est appliqué depuis le 1er janvier 1999. Une personne surendettée peut demander à bénéficier de cette procédure. A condition de ne pas être commerçant et de ne pas avoir tout fait pour se rendre insolvable.

Le surendetté introduit une demande, une requête, auprès des juges du tribunal du travail, le plus souvent par un service de médiation de dettes. Cette requête est gratuite. C'est le juge qui décide de l'accepter ou de la rejeter. Si le juge accepte la requête, il désigne un médiateur de dettes : un avocat, un notaire, un huissier ou encore un service de médiation de dettes agréé. Les services de ce médiateur sont payants.

Le juge avertit les créanciers, le conjoint et les autres débiteurs qu'un règlement collectif prend cours.

Les créanciers ont alors un mois pour remettre leur déclaration de créances au médiateur. A partir de ce moment, le médiateur reçoit l'argent de la personne surendettée. Le médiateur paie lui-même les créanciers. La procédure peut se poursuivre par plan amiable ou judiciaire. Dans le plan amiable, tous les créanciers se mettent d'accord. S'ils n'y parviennent pas, il y a le plan de règlement judiciaire.

C'est le médiateur qui assure le contrôle et le suivi du plan. Il peut être supprimé si le débiteur triche.

Dans un plan judiciaire, le juge peut abaisser le taux d'intérêt au taux fixé par la loi (7 %). Il peut même supprimer les intérêts de la dette en tout ou en partie. Il peut aussi effacer en partie le capital emprunté. Bien sûr, il y a des conditions très strictes pour obtenir l'effacement de sa dette. Trois catégories de dettes ne peuvent jamais être effacées: les dettes alimentaires, les dettes qui réparent un préjudice corporel, et les dettes d'une faillite d'entreprise.



- Crédit revolving ou revolver ? -

Le crédit revolving ou crédit renouvelable est très à la mode de nos jours. On l'appelle aussi réserve d'argent ou crédit permanent.



Photo: Flémal

C'est une sorte d'emprunt à long terme. Le client décide d'une somme d'argent maximum qu'il peut emprunter. Il utilise cet argent à ce qu'il veut, sans devoir se justifier auprès de la banque. Il rembourse quand bon lui semble tout ou une partie de son emprunt. Dès qu'il a remboursé une partie, il peut aussitôt réemprunter pour atteindre de nouveau le montant maximum fixé au départ. C'est une sorte de « puits sans fond ».

On peut avoir un crédit revolving parfois sans s'en rendre bien compte. En achetant un objet à crédit dans un magasin par exemple. Ainsi, certaines publicités séduisantes comme « Achetez cette caméra avec un crédit gratuit » peuvent cacher un contrat de crédit revolving. Le crédit revolving peut être très pratique, mais attention aux pièges!

Taux d'intérêt élevé

Le crédit revolving ne coûte rien tant que vous ne l'utilisez pas. Mais dès que vous empruntez, vous remboursez des intérêts plus élevés que dans d'autres types de prêts. Et ces intérêts sont adaptés en fonction du taux en vigueur. Si vous ne remboursez rien, les intérêts s'accumulent. Et à un moment, la banque réclame le remboursement.



Fichés

Il y a un autre piège au crédit revolving. Pour les banques, c'est comme si vous aviez emprunté toute la somme de votre crédit revolving. Par exemple, si vous voulez avoir un prêt hypothécaire pour acheter une maison, la banque calculera le montant qu'elle peut vous accorder en fonction de vos revenus et de vos prêts déjà en cours. Si vous avez une carte de crédit revolving en service, la banque estimera que vous êtes déjà endetté pour la somme maximum de la carte, même si vous n'avez pris aucun argent.

Le plus gros risque du crédit revolving est le surendettement. C'est tentant d'acheter certains produits à crédit, surtout quand on ne peut pas faire autrement. Et dès qu'on a remboursé une petite partie de la somme, on a tendance à utiliser à nouveau la carte. Ou pire, on prend un nouveau crédit revolving plus élevé pour rembourser. On se surendette et les intérêts s'accumulent.

Marie-Luce Scieur



Annexe 3

La pyramide des besoins

selon Abraham Maslow, in **Balkiara, la grande guerrière philosophe**

<http://balkiara.joueb.com/news/la-pyramide-des-besoins>

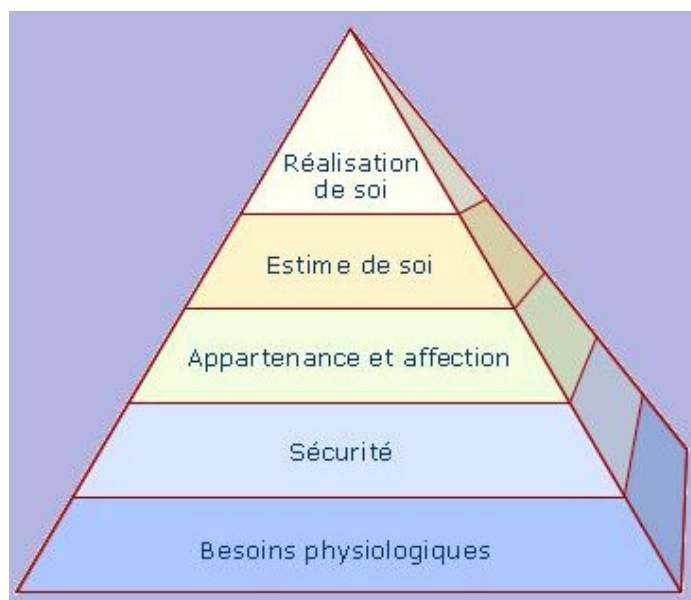
L'être humain est bourré de besoins et comme nous évoluons dans une société dite de consommation ils sont en perpétuelle augmentation. Effectivement, à peine un besoin est-il satisfait qu'un autre fait son apparition.

Pour Abraham MASLOW, si certains besoins ne sont pas satisfaits, cela va engendrer une insatisfaction entraînant des motivations chez les personnes. Il a découpé les besoins humains en cinq grandes familles, qui sont les besoins physiologiques, de sécurité, d'appartenance, d'estime et d'auto accomplissement. Leur classification est faite en fonction de leur ordre d'apparition à l'individu.

Les quatre premiers besoins sont un ensemble de besoins physiologiques ayant des chances de rencontrer, souvent instinctivement, l'homéostasie (= capacité à conserver l'équilibre de fonctionnement en dépit des contraintes extérieures. Pour Claude Bernard, l'homéostasie est l'équilibre dynamique qui nous maintient en vie).

Ces besoins sont représentés sous forme de pyramide, utilisée comme base de réflexion aussi bien dans le monde des affaires que dans celui des études ou d'un pilotage social. J'ai trouvé sur le net deux exemples que j'ai trouvés très significatifs :

- « on se souviendra moins bien du menu de la cantine que de notre dernière augmentation de salaire, et encore plus haut, de notre promotion sociale ».
- « essayer de vendre une voiture de luxe à celui qui n'a pas de quoi manger tient de l'absurde ».



Il s'agit d'une généralité, d'une proposition faite par Abraham MASLOW, suite aux études qu'il a menées. Le principe est de gravir les étapes l'une après l'autre, en commençant par la base qui est incontournable. Il arrivera parfois que l'individu redescende à l'étape précédente pour la gravir à nouveau plus tard, tout cela en fonction des aléas de la vie, entraînant la disparition d'un besoin acquis.

1) Les besoins physiologiques

Ils forment la base de la pyramide et correspondent aux besoins nécessaires pour la survie de l'espèce. Concrètement = respirer, boire, se nourrir, mais aussi se protéger contre les intempéries (froid, orage...) en se logeant et se reproduire.

De nos jours, pour le logement il s'agit de son emplacement, de sa sécurité... pour la nourriture, ce sera la sûreté des aliments, les risques de pénurie... etc... Nous ne portons pas tous les mêmes appréciations sur ces besoins basiques.

2) Les besoins de sécurité

Il s'agit tout simplement de la protection contre les dangers nous entourant (physiquement et moralement), c'est donc un besoin dont l'objectif est de conserver un existant ou un acquis. Une fois les besoins du point 1 satisfaits, l'Homme peut enfin se reposer en espérant ne pas se faire dévorer à son tour et pour cela il espérera trouver la sécurité de la part de son environnement. A ce stade, il n'est pas encore reconnu comme individu de la part de ses proches.

Ils sont différents selon les époques. A l'heure actuelle, ce sera la sécurité de l'emploi, des revenus, physique (agressions, délinquance...) ainsi que la stabilité de la famille...

En fait, ces besoins sont objectif (notre propre sécurité et celle de notre famille) et subjectif (liés à nos craintes et que nous anticipons qu'elles soient rationnelles ou pas).

3) Le besoin d'appartenance

Ce besoin dévoile l'élévation sociale de l'individu qui ressent le besoin d'être intégré dans les groupes au sein desquels il évolue (famille, travail...). Au travers du regard des autres (aussi bien par la crainte que par l'amour), il recherche une reconnaissance de sa propre existence.

L'individu va se marier, intégrer un club... le tout premier groupe d'appartenance étant la famille.

4) Le besoin d'estime

C'est un prolongement du besoin précédent. Il s'agit du besoin de respect de soi-même et de confiance.

- *souhait d'une reconnaissance, d'un statut, d'une réputation... de la part d'autrui. Cette évaluation de l'estime peut être faite en fonction des gratifications reçues.*
- *envie de sa propre reconnaissance comprenant son indépendance, sa liberté.*



5) Le besoin d'auto accomplissement

Et nous voilà au sommet des aspirations humaines. Son but est d'atteindre un épanouissement en laissant de côté la condition purement matérielle. Il est considéré comme l'antagoniste des besoins physiologiques.

A ce stade, l'individu ressent le besoin de maîtriser et pas nécessairement d'aboutir. Il souhaite mettre en valeur son potentiel personnel dans tous les domaines de la vie. Il aura une forme différente d'un individu à un autre : pour les uns, ce sera apprendre toujours plus, développer ses compétences... pour les autres, ce sera créer, inventer... ou encore la création d'une vie intérieure.

En fait, c'est tout simplement le but que chacun de nous donne à sa vie.

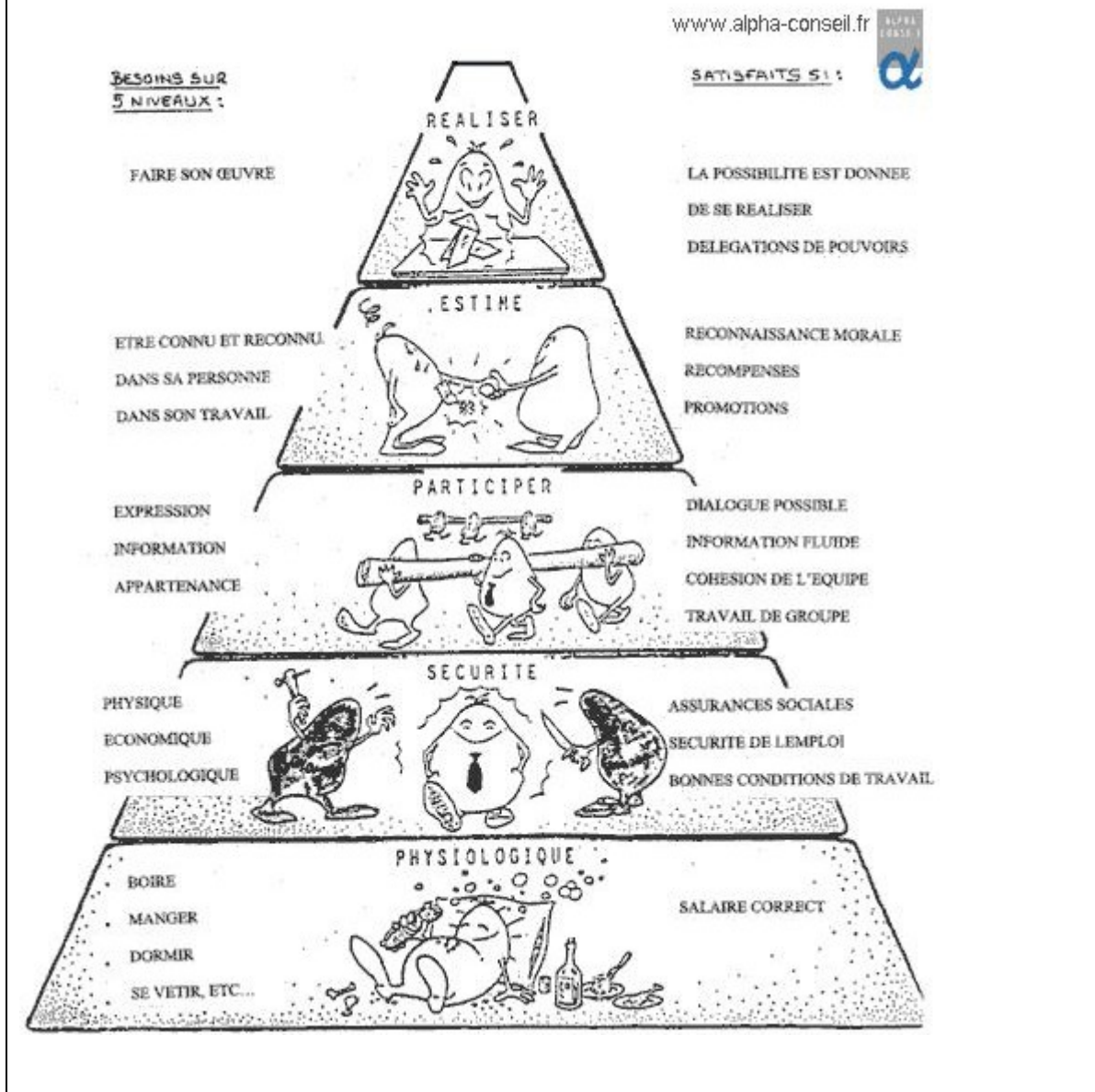
Un 6ème besoin ?

Il pourrait y avoir un sixième besoin, celui du temps, que l'on nommerait le besoin d'éternité et que MASLOW ne décrit pas. Il découle de notre modélisation (= ce n'est rien d'autre que la pensée organisée en vue d'une finalité pratique). Dans la vie courante, nous modélisons tous et tout le temps : à chacun des êtres qui nous entourent, qu'il s'agisse d'objets matériels, de personnes ou d'institutions, nous associons une image mentale qui nous permet d'anticiper son comportement.

Ce besoin s'exprime de plus en plus souvent dans notre société actuelle, par le fait de l'attrait occasionné sur les individus par les produits promettant le rajeunissement ou du moins assurant un ralentissement des signes du temps.



Un peu d'humour



Ecrit par Balkiara, le Jeudi 29 Mars 2007, 19:13 dans la rubrique "Réflexions Philosophiques".



VOS COMMENTAIRES ET SUGGESTIONS

