

EDITORIAL

L'automne et l'hiver... sans Consom'Acteurs jeunes et ... sans vœux... mais... deux rapports sur l'enquête qualitative « Boire » (voir notre édition précédente) dont il ressort notamment que les jeunes ont soif d'eau à l'école. Ce constat révèle une situation générale de manque alors qu'il s'agit d'un besoin vital élémentaire. Quant aux vœux, le printemps nous invite à vous souhaiter aujourd'hui à vous, membres du RéAJC, et à vous sympathiques lecteurs(trices) de continuer de « Marcher dans la nature à la rencontre de vos tendresses »⁽¹⁾.

Marcher ainsi, c'est la vie. C'est le bonheur. Même s'il s'agit de tout petits pas comme c'est le cas pour RéAJC qui vient pourtant d'avoir trois ans. Marcher à côté de lui. A sa hauteur. Le prendre par la main. Prendre soin de lui comme d'un enfant afin qu'il grandisse sur des bases solides. Le forcer à aller plus vite, ce serait mettre son développement en péril. Et pourtant, il faudrait que tous ceux et celles qui le connaissent déjà et l'aiment puissent aussi trouver le temps et l'énergie physique et matérielle de s'engager activement pour sa croissance. Si ce n'est pas possible, peut-être peuvent-ils(elles) rechercher avec nous des personnes (ou des partenariats) qui

disposent de ces trésors que ce sont le temps et les moyens matériels et acceptent de les partager. A la fois, le RéAJC gagnerait à être plus connu, à la fois, il doit être capable d'assumer le risque d'un succès inattendu. Il faut pouvoir assurer l'encadrement nécessaire au démarrage de « Clubs » pilotes de jeunes consommateurs. Il faut pouvoir supporter les frais que cela entraîne et sans doute la création d'un « site RéAJC à vocation européenne » sur Internet. Nous sommes convaincus avec tous ceux et celles qui adhèrent déjà au projet que le RéAJC répond à une attente réelle.

Une excellente présentation du RéAJC a été publiée dans « J-Flash » n°7 du 6/2/98⁽²⁾. Nous avons donné la consigne aux journalistes et centres de documentation qui nous ont contactés suite à cette publication de patienter pour que les jeunes qui ont participé à l'enquête sur « Boire » aient le temps d'empoigner le projet RéAJC pour le faire leur. N'empêche que le beau temps qui arrive et la soif d'eau vont peut être nous contraindre à « passer outre » et à faire connaître les résultats de notre enquête plus largement. Peut-être d'autres jeunes auront-ils envie de mordre à l'hameçon!... Qui sait? Ils ne seront pas déçus. Nous le leur promettons. Le jour où naîtront les premiers « Clubs » RéAJC (des Clubs pilotes) pour une autre qualité de vie, nous ferons la fête et il y aura ... de la bonne eau fraîche...aussi.

SOMMAIRE

p. 1

ETUDE PRELIMINAIRE
SUR LA CONSOMMATION
DES JEUNES « BOIRE »

p. 2

JEUNES EN DETRESSE

p. 3

CLUB RéAJC PAR ET POUR
LES JEUNES

p. 4

EN BREF...

ETUDE PRELIMINAIRE SUR LA CONSOMMATION DES JEUNES « BOIRE »

Il s'agit d'une enquête qualitative qui a concerné une centaine de jeunes des deux premières années du secondaire dans trois écoles (ville et campagne ; réseaux officiel et libre). Les résultats sont publiés sous forme de deux rapports : une synthèse destinée aux personnes intéressées par la démarche et un rapport destinés aux jeunes reprenant leurs paroles. Celles-ci ont été rassemblées par un questionnaire

⁽¹⁾ Aken-en-Aton cité dans « Le bonheur possible », Robert BLONDIN, éditions de L'Homme, 330 p.

⁽²⁾ Bimensuel du Conseil de la Jeunesse diffusé notamment dans toute la presse et les organisations de jeunesse.

anonyme et des groupes d'entretiens semi-directifs (voir notre précédente édition). Cette étude a pu être menée grâce au soutien du Service de la Jeunesse de la Communauté Française et la collaboration scientifique du Centre de Diffusion de la Culture Sanitaire asbl (CDCS). Elle a été supervisée par PROMES (Unité de Promotion Education Santé de l'École de Santé Publique de l'ULB) qui s'en inspire pour des enquêtes quantitatives destinées à l'OMS.

Pourquoi avoir choisi le thème « Boire »?

Le RéAJC se fonde sur l'hypothèse maintes fois vérifiée de Marge REDDINGTON⁽³⁾ selon laquelle au mieux nous satisfaisons nos besoins vitaux (physiques, mentaux, spirituels)⁽⁴⁾ qui émettent des signaux de manque, au mieux nous prévenons la maladie (voir également nos précédentes éditions). Selon Marge REDDINGTON, « boire » est le troisième besoin vital classé par ordre décroissant d'urgence (*tous les besoins étant d'égale importance*). Par ordre d'urgence, les deux premiers besoins sont la sécurité physique et l'oxygène. Suit: l'élimination et s'alimenter. A partir du besoin de s'alimenter, les degrés d'urgence diffèrent selon les cultures, les individus. « Boire » est le premier besoin dont la satisfaction suppose à la fois un budget et un rapport à l'environnement et la santé qui implique des choix personnels et collectifs responsables.

⁽³⁾ Auteur de l'ouvrage en anglais « *Health, Happiness and Human needs* » (1994) diffusé par l'Institut International de Symbolization Europe c/o Maryse RIENSTRA, Présidente, 55D, Drève de Linkebeek - 1640 Rhode-Saint-Genèse - Tél. : 02/358 20 54.

⁽⁴⁾ Recherche de sens et de signification.

A quelles conclusions essentielles aboutit cette étude préliminaire?

Les jeunes sont préoccupés par la santé. Ils savent par exemple que l'excès de sucre est nocif. En outre, ils constatent que les boissons sucrées en général ne désaltèrent pas. Les boissons au cola deviennent pour certains une drogue. *Mais ils n'ont guère d'autres choix de boissons à l'école.*

C'est pourquoi **ils revendiquent fortement l'accès, quand ils ont soif, à une eau non seulement potable, mais aussi bonne à boire, fraîche, si possible gratuite, ou moyennant une modeste contribution, et dans des conditions d'hygiène suffisantes.**

Quelle que soit la qualité gustative de l'eau dans une école donnée, il est possible d'apporter à cette question une solution peu coûteuse et acceptable pour tous : Direction, enseignants et élèves. Dans le cas où l'eau est bonne: installation de robinets-fontaines; dans le cas contraire: installation de « fontaines », mini-containers que l'on trouve déjà dans certains magasins.

Notre **objectif principal** était celui de mobiliser des jeunes par la prise de conscience d'un besoin vital élémentaire et de promouvoir ainsi dans leur esprit la mise en train de l'amélioration de leur bien-être. La satisfaction des besoins vitaux est un droit pour tous sur toute la planète. Nous croyons dans leur capacité de réflexion et d'action équitable et solidaire. L'enquête a démontré que nous avons raison sur le premier point. Recevoir le rapport de leurs interventions dans leurs propres mots, et en particulier, l'énoncé des informations qu'ils souhaitent (voir titres des fiches ci-dessous) et des changements qu'ils demandent devrait les mobiliser pour l'action. Si tel est le cas, le RéAJC les accompagnera pour la mise en place par exemple de « Clubs RéAJC pour une autre qualité de vie », les aidera à s'organiser, de préférence avec l'accord des Directions d'école et si possible, l'aide d'enseignants et d'animateurs de bonne

volonté, et à obtenir auprès de ces derniers ainsi que de leurs parents, et éventuellement des autorités publiques, les moyens de faire respecter leurs droits. Leur exemple pourrait faire tâche d'huile, y compris en Europe et auprès de tous les publics, grâce au réseau Internet.

Combien d'adultes n'ont-ils pas soif d'eau là où ils travaillent ou se délassent? Pourquoi l'eau ne pourrait-elle pas être gratuite dans les tavernes et les restaurants ici comme en France par exemple? Pourquoi ne pas aussi offrir de l'eau lors des fêtes?...

Et après?...

Quel impact le rapport aura-t-il sur les jeunes? Seront-ils effectivement mobilisés et sauront-ils s'organiser? Nous avons besoin d'une évaluation pour en tenir compte dans la suite de notre travail : la mise en place du RéAJC asbl comme organisation de jeunesse par et pour les jeunes.

Prix de chaque document :
Compte-rendu de l'étude : 120 FB (+ 40 FB port) - Rapport destiné aux jeunes : 180 FB (+ 50 FB port) - en préparation : Farde contenant 4 fiches d'information : Boire, L'eau de boisson, Les boissons sucrées (soft drinks) et Les boissons énergétiques (power drinks, smart drugs...) : 120 FB (+ 50 FB port) à verser sur le n° de compte de l'asbl 068-2207457-55.

JEUNES EN DETRESSE

Ils doivent être nombreux, les jeunes adultes dont les seuls revenus sont le salaire minimum, l'allocation de chômage, ou du CPAS, ou de la mutuelle ou ... les allocations familiales... isolés, mal informés ou pas informés du tout sur la tenue d'un budget et tout ce qui tourne autour de l'argent, la manière de s'alimenter correctement, de prendre soin de soi, les rapports avec les « proprio », toutes les formes d'administrations et de « services », l'école ou le patron...

« Comment choisir, Madame, entre manger et se soigner »? Cette question m'a été posée. Cette jeune fille (18 ans) vivait en couple et son compagnon blessé a perdu son emploi et est « tombé » sur la mutuelle (pour lui aussi, c'est toute une histoire : comment il a été au départ mal soigné et ensuite, envoyé à l'hôpital pour deux mois...). Normalement, le CPAS aurait dû intervenir mais il ne l'a pas fait sous prétexte que c'était à la mutuelle de payer et celle-ci ne payait pas parce que les « papiers » n'étaient pas en ordre... D'où cette situation absurde de dépendre uniquement d'allocations familiales (environ 7000 FB) et d'être forcés de se séparer et de retourner dans sa famille (heureusement : les familles ont accepté le retour des enfants prodigues).

Si les jeunes en détresse étaient aidés à rencontrer d'autres jeunes vivant des situations de difficultés similaires pour créer un Club RéAJC : non seulement, ils rompraient leur isolement et trouveraient une entraide, mais nous pourrions la plupart du temps les mettre en relation avec les personnes et services susceptibles de les aider. Avec d'autres Clubs, ils représenteraient une force naissante dont il faudrait tenir compte pour que des situations aussi dramatiques ne se présentent plus jamais.

CLUB RéAJC

PAR ET POUR LES JEUNES

* Définition d'un Club RéAJC : 5 à 7 jeunes.

* Un Club pourquoi? : Besoin d'appartenance, renforcement vis-à-vis des entreprises de marketing et de leur création de pseudo-besoins, des succédanés de bonheur, entraide, information, réflexion, expression, action, etc.

* Un Club comment? (voir Charte et repères pour le fonctionnement).

* Un Club pour quoi faire? D'abord aider à résoudre ses problèmes. En gros, apprendre le bonheur. Selon Marge REDDINGTON, le plan de vie doit viser à satisfaire tous les besoins. Comment l'établir? On peut partir des stress pour identifier ses besoins prioritaires. Qu'est-ce que j'ai comme problèmes? Qu'est-ce qui ne va pas dans ma vie?

Essayer de répondre à la question : par ce stress, quel besoin est-ce que je satisfais (alors que je pourrais le satisfaire autrement, directement, sans mettre en péril ma santé) et quel besoin j'empêche d'être satisfait? Impossible d'y répondre seul : on a besoin d'un miroir, d'une personne en qui on a confiance qui va « refléter » ce que nous disons ou d'un « Club RéAJC ».

Voici les grands chapitres du plan de vie à inscrire dans le temps (avec des objectifs à court, moyen et long terme par rapport aux manques). Ils couvrent l'ensemble des besoins vitaux :

* exercice physique * alimentation * interruption de stress, par exemple par la relaxation (il y a toutes sortes de moyens à explorer) * plaisir (direct) * gestion des émotions (joie, tristesse, peur, colère) * relations * soutien (6-7 personnes) * accomplissement (= épanouissement) * spiritualité (recherche de sens) * santé-aide psychologique * travail * finances.

Quelques repères pratiques pour un bon fonctionnement

* Qui décide de faire partie du Club RéAJC? (Au-delà de 7 membres, il faut fonder un nouveau Club) * La confiance peut-elle s'établir entre les membres? * Lieu de rencontre? * Rythme? * Durée des réunions? * Qui anime? (animateur) * Qui prend note? (secrétaire) * Qui s'occupe des comptes? (trésorier)

Projet de Charte

* J'apprends à connaître les membres du Club. J'apprends à me connaître et je me laisse connaître.

* Nous sommes tous uniques et différents. Je respecte et apprécie nos différences.

* Nous sommes tous au même niveau, sur pied d'égalité.

* Cependant, je reconnais certaines fonctions, certaines responsabilités décidées ensemble pour une durée limitée et je les respecte. Nous installons autant que possible une « tour-nante » des fonctions.

* Nous établissons des priorités avec des objectifs, un planning pour les réaliser et une évaluation permanente.

* Je m'engage à faire ma part de boulot.

* Nous nous engageons à tenir les autres Clubs au courant de nos

Lu dans « J-Flash » n°10 du 20 mars 1998 :

« Connaître ses droits et être défendu »

* Création d'un centre « *Avocats pour jeunes* » par le Barreau de Bruxelles. Il s'agit d'un centre de consultations gratuites pour jeunes et familles destiné à répondre à toute demande juridique. Lieu : Palais de Justice, Place Poelaert à 1000 BXL. Rens. : 02/512 55 78

* « *Service droit des jeunes* ». Le SDJ consiste à fournir une aide aux jeunes et aux familles visant à reconnaître leur autonomie et à prévenir ou enrayer leur exclusion sociale par le recours exclusif au droit comme outil de travail. Rens. : 02/512 20 43.

Pour mémoire, voir dans notre précédente édition la présentation de l'étude « Le statut juridique du consommateur mineur d'âge »⁽⁵⁾.

Depuis ce lundi 23 mars, un n° 103 du *Service Ecoute-Enfants* est accessible par les enfants et les ado. Le Service est à l'écoute de tous leurs problèmes.

⁽⁵⁾ P. DEJEMEPPE et J. LAFFINEUR, Louvain-La-Neuve, *Collection Droit et Consommation*, Editions du Centre de Droit de la Consommation, 1997, 225 pages. Contacter Isabelle Servais : 010/47 85 31 ou 47 88 40.

activités, notamment en communiquant via « Consom'acteurs jeunes » ou Internet (quand le site existera)

* Je me rallie à l'avis, aux décisions de la majorité dans le Club.

* Je suis conscient de faire partie d'une organisation de jeunesse en voie de constitution et donc en évolution en ce qui concerne son fonctionnement.

* Je m'engage au secret sur tout ce qui sera dit de personnel dans le Club.

* Je m'interdis dans le Club de parler mal de quelqu'un en son absence.

* Je m'engage à parler vrai, à dire mes sentiments, mes idées. Ce qui est juste pour moi maintenant peut ne pas l'être pour un autre ou pour moi demain. Je reconnais que je peux évoluer. Je ne tiens pas de discours sur mon interlocuteur. Je ne le qualifie jamais. (« Le tu tue » dit J. SALOME).

* Je m'engage à écouter celui qui a la parole. Je ne m'en moque pas.

* Je respecte le territoire de l'autre; je ne le force jamais à parler, à développer sa pensée.

* Je ne juge pas les membres du Club.

* Je veille avec tous au bien-être de tous avant, pendant et après la rencontre (accueil, décoration, confort, oxygène, eau à boire, toilettes, gestion des déchets, bruit,...)

* Je suis une cellule du Club et le Club est une cellule du monde. Le monde a besoin de nous comme le Club a besoin de chacun et chacun a besoin du Club.

* Je veille à la pérennité du Club : si un membre quitte, il faut chercher à le remplacer.

* J'arrive à l'heure décidée pour la rencontre.

* Je respecte les règles de l'endroit où je me trouve.

* Je contribue aux frais dans la mesure de mes moyens et/ou je cherche des moyens avec le Club.

Proposition de devise: **UN POUR TOUS, TOUS POUR UN** (Les quatre mousquetaires)

Engagement d'accompagnement physique du RéAJC pour le lancement d'un Club

* Rédaction d'une brochure sur les besoins vitaux avec les jeunes. * Canevras d'une réunion type. * Questionnaire-guide pour déterminer ses priorités. * Questionnaire d'évaluation. * Objectifs, structure et fonctionnement du RéAJC asbl.

EN BREF...

* Le RéAJC soutient activement l'appel lancé par l'Association des Téléspectateurs Actifs (ATA) pour la mise sur pied par la RTBF d'un journal quotidien pour les enfants. Rens. : tél. et fax : 02/539 19 79.

* Le RéAJC participe au lancement d'un « Réseau de consommateurs responsables » pluraliste. Son objectif : la justice sociale, l'équité et le développement durable visant à replacer l'être humain au centre de l'économie. Rens.: tél. : 065/33 75 86 - Fax : 065/31 53 62.

* Le CNCD (Centre National de Coopération au Développement) et l'AGCD (Administration Générale de la Coopération au Développement) lancent un forum « Les gens d'abord » (mettre les gens avant l'argent). Ils invitent les jeunes à s'exprimer autour de quatre thèmes. Rens. : 02/219 89 73.

* Le 4/4 de 9 à 17 H à Namur : Forum «Pour une politique de la jeunesse ». Org. : Les Etats généraux de l'écologie politique. Rens. : 02/223 19 71.

* Le 25/4 à Basse-Wavre : les Régionales de la Ligue des Familles de Wavre et de Nivelles proposent une journée de rencontre et d'échanges ouverte à tous sur la relation parents-ado. Rens. : 010/24 21 55.

* Le même jour à Bruxelles : 3ème « Rencontre de la jeunesse » de Forum J à l'initiative du Ministre de la Culture et de l'Education permanente : « Jeunes et décideurs, côte à côte ou face à face? ». Projet de création d'une

« Charte de la jeunesse ». Rens. : 02/413 36 29.

* Le RéAJC participe à la Semaine Verte de la Région Wallonne du 11 au 15 mai.

* « 20 comptes Jeunes à la carte », Budget et droits n° 135 (Test-Achats), oct/nov 1997, p. 4-6.

* « Jeunes filles, buvez du lait », Test santé n° 24 (Test-Achats), mars 1998, p.5.

ASSEMBLEE GENERALE DU RéAJC ASBL : LUNDI 18 MAI A 19 H A BRUXELLES

Dans de prochaines éditions:

* *Suivis divers à partir des pistes lancées dans ce Magazine et des contacts en cours.*

* *Qui est jeune (nouvel avant-projet de décret sur la politique de la jeunesse).*

* *Le concours du jeune consommateur 1997-1998 à l'initiative du CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs).*

Montant des cotisations annuelles:

*Membre effectif: 300 FB -
Membre adhérent: 200 FB -
Soutien: de 500 à 10.000 FB -
La cotisation comprend l'abonnement à " Consom'Acteurs jeunes ".*

Compte n° 068-2207457-55.

Statuts publiés dans le Moniteur Belge du 22 mars 1995, modifications le 22 août 1996 et le 5 mars 1998.

Rédaction: Marthe-Marie Rochet.

Mise en page: Françoise Jadoul.

Conception graphique: Paquet & Cléda, tél. 071/42 19 33.

Sur papier recyclé Pandava.