

# L'ÉDUCATION À LA CONSOMMATION EN EUROPE : RÉSEAUX ET INITIATIVES

*Par sa circulaire n° 90-342 du 17 décembre 1990<sup>1</sup>, le ministère français de l'éducation recommande l'insertion de l'éducation à la consommation dans les programmes scolaires. Pour cela, le texte liste les différents thèmes qui peuvent être traités et les matières dans lesquelles ceux-ci peuvent être intégrés. Au-delà de cette circulaire, les initiatives des organisations de consommateurs, des mouvements d'éducation populaire, des collectivités publiques ou des entreprises privées foisonnent en France depuis longtemps et sur presque tous les sujets relatifs à l'éducation à la consommation des enfants, des jeunes ou des adultes. Cela constitue-t-il pour autant un enseignement adapté et optimisé? Qu'en est-il dans les autres pays, notamment européens?*

*Pour y répondre, ces questions se posent aussi dans la plupart des États de l'Union européenne, plusieurs réseaux fonctionnent afin de recenser et d'évaluer les programmes, actions, initiatives d'éducation à la consommation. Soutenus dans leur grande majorité par la Commission européenne et les gouvernements nationaux, ils s'attachent également à organiser l'échange des savoirs et bonnes pratiques des formateurs, enseignants, chercheurs mais aussi des animateurs, militants associatifs ou représentants des institutions publiques. Vous trouverez dans ce document un état des réseaux européens d'éducation à la consommation, auxquels le plus grand nombre est invité à participer et à coopérer. La plupart de ces réseaux s'inscrivent dans le cadre d'actions développées par la Direction générale de la santé et de la protection des consommateurs de la Commission européenne, ou dans le cadre des programmes européens d'éducation "Socrates" et "Leonardo da Vinci" développés par la Direction générale de l'éducation et de la culture. Ils s'organisent en trois niveaux d'éducation : enseignement primaire et secondaire, enseignement supérieur, formation des adultes. Pour chacun d'eux, sont invités à participer tous les intervenants concernés par l'éducation et la consommation. On y note une grande implication des universitaires enseignants ou chercheurs, souvent coutumiers des programmes européens d'éducation, des praticiens de la formation des jeunes ou des adultes, des représentants des institutions publiques ou des organisations de consommateurs. À l'image du développement de l'éducation à la consommation en Europe, on y trouve aussi une forte présence de participants originaires des pays anglo-saxons, des États nordiques, de l'Europe du Sud depuis peu (notamment d'Espagne), et enfin, systématiquement, des nouveaux États membres de l'Union européenne, bien préparés par le processus d'intégration aux divers politiques et programmes européens.*

*Dans une deuxième partie, ce document donnera un aperçu de quelques-unes des initiatives d'action ou de politiques et de programmes publics nationaux qui connaissent un développement récent. L'objet de cet aperçu est d'offrir des éléments de réflexion et d'aide à l'élaboration de programmes nationaux en France et en partenariat avec les autres pays membres de l'Union européenne. Cette deuxième partie ne se veut pas exhaustive sur le sujet, car ce type de recensement participe justement de l'objet des nouveaux réseaux européens d'éducation à la consommation.*

<sup>1</sup> Texte intégral accessible sur <[www.conso.net/education.htm](http://www.conso.net/education.htm)>, rubrique "textes et circulaires pour l'éducation à la consommation".

# I – LES RÉSEAUX EUROPÉENS D'ÉDUCATION À LA CONSOMMATION

## 1. Le réseau européen d'éducation scolaire à la consommation "e-Cons"

Le réseau "e-Cons" est une des actions "Comenius 3" du programme européen Socrates. Cette action amplifie la création des réseaux thématiques afin de réunir et d'optimiser les projets "Comenius 1"<sup>2</sup> dans différents secteurs d'intérêt commun. Le but de ces réseaux est de favoriser la coopération et l'innovation éducative dans l'enseignement scolaire primaire et secondaire.

Le thème fondamental de ce réseau est l'éducation à la consommation. Ainsi, l'objectif final du réseau e-Cons est d'amplifier la formation des jeunes consommateurs afin qu'ils puissent être responsables, critiques, avertis dans leur environnement; afin qu'ils puissent connaître leurs droits et assumer leurs responsabilités en Europe dans le cadre du processus d'élargissement, le tout avec des valeurs transversales clairement définies.

Le réseau e-Cons a été créé avec le soutien financier de la Direction générale de l'éducation et de la culture de la Commission européenne (75 % du budget) et conjointement celui de l'ensemble des partenaires du projet (25 %).

Les acteurs principaux du réseau e-Cons sont les professeurs des écoles, collèges et lycées. Le réseau recherche leur engagement direct, leur participation active, et se donne pour objectif de regrouper les projets et activités existants ou à venir et de leur fournir les ressources techniques avec lesquelles ils peuvent développer les meilleurs projets en classe en relation avec l'éducation à la consommation.

Ce réseau est donc d'un grand intérêt pour les professeurs européens enseignant à des enfants et des jeunes de 3 à 18 ans.

Dès sa création, le 1<sup>er</sup> octobre 2004, 849 établissements scolaires et 28 organismes institutionnels de 23 pays (le but étant d'atteindre 31 pays) ont adhéré au réseau e-Cons. Tous ceux qui sont impliqués dans le réseau ont parmi leurs priorités l'amélioration de l'éducation à la consommation dans les écoles, collèges, lycées.

Le réseau e-Cons est en début de phase de développement. Le programme élaboré pour trois années (du 1<sup>er</sup> octobre 2004 au 30 septembre 2007) inclut les actions suivantes :

- 1. La coordination active des établissements scolaires européens qui développent des projets sur l'éducation à la consommation, et particulièrement ceux des actions "Comenius 1" du programme Socrates.
- 2. La création et le développement de son propre site web (dans toutes les langues des pays impliqués dans le réseau) dans lequel les contenus suivants seront progressivement insérés :
  - informations techniques éducatives sur le consumérisme;
  - un dossier sur les établissements scolaires inscrits dans le réseau, indiquant les projets développés ou l'ayant été en relation avec l'éducation à la consommation;
  - trois banques de données : une banque d'expériences, une banque d'outils pédagogiques<sup>3</sup>, une liste qualifiée d'organismes institutionnels;
  - le magazine en ligne de l'e-Cons, avec des informations sur l'intérêt et les moyens de rechercher des partenaires pour des projets;

– un forum virtuel dont l'objet sera d'être un espace ludique de création, qui pourra accueillir des idées, poésies, histoires courtes, chansons, créations interactives... sur l'éducation à la consommation;

– liens vers les sites web de tous les organismes considérés comme ressources pour l'éducation du consommateur dans chaque pays.

- 3. La création et l'édition d'un manuel scolaire pratique et innovateur (dans toutes les langues) sur la façon de structurer, développer et évaluer des projets en classe pour l'éducation à la consommation (avec des illustrations et des suggestions).
- 4. Le développement et l'édition d'un CD-Rom multimédia accompagnant le manuel scolaire correspondant.
- 5. L'évaluation et la dissémination des meilleures pratiques dans les établissements scolaires.
- 6. L'organisation annuelle d'une réunion nationale dans chaque pays impliqué dans le projet, ou d'une réunion européenne des professeurs inscrits dans le réseau.
- 7. La garantie d'un contact permanent avec l'agence Socrates et les autorités d'éducation et de consommation de chaque pays membre du projet, et avec l'Union européenne.
- 8. L'évaluation du processus et des activités du réseau et de son utilisation par les professeurs européens (évaluation externe annuelle).

Pour les professeurs des écoles, collèges et lycées, faire partie du réseau e-Cons offre un espace permanent de réunion, discussion, évaluation et échange des expériences éducatives, non seulement d'une manière virtuelle, par le site web du réseau, mais également physiquement, en participant aux différentes réunions nationales ou internationales, et aussi l'occasion d'approfondir leurs connaissances d'une méthodologie innovante afin de pouvoir créer et développer des projets d'éducation à la consommation dans leurs classes. C'est, pour ces professeurs, la possibilité de recevoir et d'utiliser des matériaux didactiques qui couvrent les thèmes principaux intéressant les jeunes consommateurs européens (alimentation et nutrition, maison, services, publicité et média, "acheter au XXI<sup>e</sup> siècle", jouets, jeux et matériel scolaires, santé et sécurité, éco-consumérisme, information du consommateur) adaptés à l'âge spécifique des élèves et des programmes scolaires de chaque pays. E-Cons leur permet aussi d'accéder à une information complète sur les établissements, les programmes d'enseignement et les outils pédagogiques liés à l'éducation à la consommation, et de connaître les projets développés dans les différents pays européens.

E-Cons est coordonné par l'École européenne des consommateurs (EEC), basée à Santander et qui assure aussi la coordination du réseau espagnol d'éducation à la consommation, créé en 1998 et associant toutes les communautés autonomes d'Espagne (cf. p. x).

L'Institut national de la consommation (INC) est l'un des membres fondateurs d'e-Cons. De plus, l'INC est membre du comité de pilotage de ce réseau avec les partenaires suivants :

- École européenne des consommateurs (Espagne),
- Institut national espagnol de la consommation (Espagne),
- ministère de l'éducation et des sciences (Espagne),
- Université de Cantabrie (Espagne),

<sup>2</sup> Les actions Comenius 1 du programme Socrates sont les projets scolaires de coopération entre au moins deux écoles de pays différents de l'Union et qui ont obtenu le soutien de l'agence nationale Socrates correspondante. En France, cette agence, située à Bordeaux, est joignable au 05 56 00 94 00. Pour toute information, consulter <www.socrates-leonardo.fr>.

<sup>3</sup> Sur le modèle de la pédagogie développée en France par l'INC depuis 1983; accès aux fiches d'évaluation de plus de 800 outils pédagogiques : <www.conso.net/education.htm>.

- Consumers International (Royaume-Uni),
- CRIOC (Belgique),
- Instituto do Consumidor (Portugal),
- Université métropolitaine de Londres (Royaume-Uni).

Avec l'EEC, l'INC a pour rôle de coordonner le groupe de travail chargé de la création et du développement du site web du réseau e-Cons. L'INC participe aussi au groupe d'évaluation du projet.

- Pour rejoindre ce réseau, il faut simplement compléter le questionnaire en ligne sur <[www.e-cons.net](http://www.e-cons.net)>.

### Premiers travaux

Du 12 au 14 mai 2005, la ville espagnole de Santander a accueilli 250 participants lors de la première réunion de ce réseau européen thématique du programme Comenius 3. Les participants à la réunion provenaient de toutes les régions autonomes d'Espagne, de 16 pays de l'Union européenne, des pays candidats et du Chili. La princesse Elena d'Espagne a présidé le comité d'honneur du séminaire et inauguré la cérémonie d'ouverture. Les différents comités (pilotage, gestion et technique) du réseau e-Cons sont composés de 76 personnes venant de 19 pays, avec des niveaux complémentaires de responsabilité qui permettent ensemble d'assurer l'efficacité exigée pour un projet de cette taille.

Durant toute la durée de la première réunion générale du réseau et après le discours d'ouverture de José Luis Sampedro, écrivain, économiste et auteur de nombreux ouvrages sur la consommation, une revue a été faite des thèmes choisis par les participants comme étant importants et qui nécessiteraient de trouver des solutions imaginatives et valables pour l'éducation à la consommation.

Ainsi, un premier thème a été considéré comme essentiel : la consommation responsable. La conférence correspondante était basée sur la question "Comment pouvons-nous favoriser les comportements de développement durable?" à partir de la réalité actuelle. Le projet "Jeunes pour le changement"<sup>4</sup> a été présenté comme un exemple de ce qui peut être fait pour aider les jeunes à penser aux questions et aux réponses pour se comporter en tant que consommateurs responsables respectueux du développement durable. Un rapport sur le Réseau d'éducation à la consommation en Amérique latine a été présenté ainsi que les stratégies mises en œuvre dans ce continent pour développer un comportement citoyen dans la perspective d'une consommation durable.

Le magazine en ligne "Yomag.net"<sup>5</sup> a été présenté par les enseignants tchèques et allemands responsables de la coordination éditoriale du site web. Il était intéressant de noter comment les jeunes commencent à s'exprimer sur la consommation, les styles de vie et le développement durable, à travers les articles qu'ils rédigent, les idées émises ou les échanges dans les forums de discussion.

Les contenus de plusieurs projets d'établissements scolaires ont été présentés, démontrant ainsi le besoin de se poser des questions plus que de fournir simplement des réponses, l'importance d'inclure la consommation durable comme élément du programme scolaire, la possibilité d'atteindre des objectifs éducatifs transversaux par la mise en œuvre d'ateliers pratiques. Il s'agit de montrer que nous pouvons décider de notre santé par le développement d'habitudes de vie saines et par une consommation responsable, dans le cadre de l'éducation à la citoyenneté européenne, et que toutes les disciplines scolaires peuvent intégrer l'éducation à la consommation, même de façon partielle.

<sup>4</sup> Contact (en espagnol) : Nieves Álvarez Martín, EEC, <[escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es)>.

<sup>5</sup> <[www.yomag.net](http://www.yomag.net)> (voir également l'article en p. vi du présent document).

Un autre thème a occupé les participants : "Consommer au XXI<sup>e</sup> siècle". Il s'agissait là d'explorer les inquiétudes perçues par le consommateur alors qu'il est un acteur économique majeur, et d'analyser comment son comportement affecte l'environnement et les modes de consommation de ce siècle.

Enfin, le troisième thème, la publicité et les médias, a été l'occasion d'analyser les intérêts du marché et de la consommation avec la publicité comme contexte. Ainsi, la publicité en général mais également l'environnement quotidien – amis, séries TV, etc. – sont vecteurs d'influence sur les consommateurs.

En conclusion, les grandes lignes de la politique d'éducation dans l'Union européenne ont été rappelées, ainsi que les modalités de développement et de gestion des projets Comenius 1 dont le recensement sur les thèmes de consommation alimentera le réseau e-Cons.

Sept groupes comportant des professeurs de différents pays ont été constitués pour recueillir des idées et établir des accords afin de concevoir des projets Comenius 1 axés sur différents sujets tels que nutrition, traditions et langue, publicité et valeurs, la presse comme référence documentaire de base, l'Agenda 21 (programme sur le développement durable), la consommation éthique, finances personnelles et pouvoir économique global.

Tous les rapports et projets sont mis en ligne, au fur et à mesure du développement d'e-Cons sur le site du réseau.

- Accès au site web du réseau e-Cons : <[www.conso.net/econs.htm](http://www.conso.net/econs.htm)>.

## 2. Le réseau européen Consommation et Citoyenneté (CCN)

Le réseau Consommation et Citoyenneté (*Consumer Citizenship Network*, CCN) est un réseau interdisciplinaire de professeurs de l'enseignement supérieur et de chercheurs qui partagent un intérêt pour la façon dont l'individu, en tant que consommateur, peut contribuer au développement durable et à la solidarité mutuelle. Les participants développent des approches transversales dont les principaux objectifs sont de traiter l'équilibre entre bien-être matériel et immatériel, et comment on peut traduire des valeurs éthiques dans la pratique quotidienne par une participation consciente au marché.

Les pays ont des histoires socio-économiques diverses et vivent les dilemmes dus au marché actuel de différentes façons. Le réseau fournit des occasions d'apprendre des expériences de chacun. Le CCN est basé sur le principe du discours et de l'apprentissage coopératif. Les participants partagent leur travail, discutent de ses mérites et faiblesses, et aident au développement d'approches et d'outils. La recherche scientifique mise à jour est essentielle pour la pratique d'une consommation citoyenne, et le réseau traite du défi que représente le transfert de savoirs, de compétences et de valeurs par les institutions d'enseignement supérieur.

Le changement social induit par la diffusion toujours plus grande du terme "développement durable" dépend des sciences environnementales incorporant des dimensions sociales et économiques dans leur enseignement et la recherche. Il implique que l'apport des résultats de la recherche atteigne les professeurs, les étudiants et les citoyens en général, afin que ces résultats puissent motiver des modifications dans les attitudes et le comportement. Pour ce faire, des universitaires et des formateurs de professeurs se confrontent au défi de l'apprentissage participatif et actif liant l'expérience de la vie quotidienne à davantage de considérations plus compliquées et souvent théoriques. L'utilisation des technologies

de l'information et de la communication est également une partie des approches didactiques à la consommation citoyenne que le réseau cherche à développer.

### Conférences annuelles

Le CCN, créé en octobre 2003, est un projet thématique de réseau d'Erasmus 3 du programme européen d'éducation Sociales. Le CCN a tenu ses deux premières conférences annuelles en mars 2004 à Paris et en mai 2005 à Bratislava. Les rapports de ces conférences sont disponibles sur le site web du CCN<sup>6</sup>.

### Premiers travaux

#### • Évaluation des programmes d'étude

Afin de pouvoir indiquer aux autorités éducatives aussi bien qu'aux étudiants et aux professeurs la portée de l'enseignement traitant des sujets de consommation citoyenne, le CCN effectue une synthèse des formations délivrées par les institutions associées au réseau. Cela ne donne pas une image totalement complète de l'éducation à la citoyenneté des consommateurs dans chaque pays associé au réseau, mais fournira des exemples de la façon dont les divers établissements ont choisi d'approcher ce thème. Le but de ce travail est non seulement de voir ce qui est fait, mais également d'identifier les domaines qui ne sont pas couverts par l'enseignement actuel. De cette façon, il peut être possible de concentrer davantage de travail sur le développement des sujets qui sont les moins représentés.

#### • Mise en place d'un référentiel d'enseignement et de formation

Les projets européens ont conçu des référentiels d'instructions pédagogiques et un prototype de programmes d'enseignement. Pour autant, il existe un besoin de référentiels plus étendus afin d'aider les formateurs à faire face aux nombreux et divers sujets que représente la consommation citoyenne. Le référentiel du CCN inclura des instructions pédagogiques générales portant sur :

- les valeurs éducatives, fondation de base d'une éducation à la consommation citoyenne;
- l'importance de la consommation citoyenne comme faisant partie de la "décennie des Nations-Unies pour l'éducation au développement durable";
- le lien avec les thèmes transversaux des programmes d'enseignement;
- la méthodologie (approches selon les âges, activités participatives, groupes de travail, travail expérimental, études de cas, scénarios, le service d'enseignement, etc.);
- l'acquisition et le traitement de l'information;
- l'analyse de risque.

#### • Développements du site web du CCN

Le site du réseau Consommation et Citoyenneté est en amélioration continue. Ainsi, une base de données universitaires est en construction; les contributions peuvent être envoyées par courrier électronique au comité de pilotage (ccn@hihm.no) à tout moment. Le système mis en place pour l'information des partenaires du réseau CCN est celui du Class Fronter, qui constitue un environnement collaboratif de formation<sup>7</sup>.

#### • Groupes thématiques du CCN

Le CCN a mis en place cinq groupes thématiques de façon à établir un équilibre entre les sujets de réflexion du réseau et des questions pragmatiques. Les groupes sont les suivants :

### 1. Les défis éthiques

*Comment le consommateur citoyen peut-il traiter des défis éthiques de la prospérité?*

Ce groupe traite des sujets tels que, par exemple, les valeurs éducatives, les initiatives de commerce équitable, les nouveaux modes de vie respectueux du développement durable, la transparence et la responsabilité et une vision collective de l'éthique.

### 2. La société de l'information

*Comment les médias et les technologies de l'information peuvent-ils être des outils constructifs pour le consommateur citoyen?*

Ce groupe traite des sujets tels que, par exemple, les influences des films publicitaires sur les enfants et les jeunes, l'acquisition et la manipulation de l'information des consommateurs citoyens, comment des concepts complexes peuvent être rendus accessibles et compréhensibles pour les jeunes, le commerce électronique et le marketing.

### 3. Droits et responsabilités

*Quels sont les droits et les responsabilités du consommateur citoyen en ce qui concerne l'alimentation, le transport, le logement, l'utilisation de l'énergie et les finances personnelles?*

Ce groupe traite des sujets tels que, par exemple, les impacts (sociaux et écologiques) de la production et de la consommation et comment le consommateur citoyen peut les empêcher, les prévenir ou les changer. D'autres sujets pourront être traités : l'écologie industrielle, les modifications de style de vie, l'éducation financière, les initiatives collectives...

### 4. La solidarité globale

*Quelles contributions le consommateur citoyen européen peut-il apporter à l'éradication de la pauvreté dans le monde?*

Ce groupe traite des sujets tels que, par exemple, les relations Nord-Sud, la pauvreté industrielle, la gestion des ressources, les systèmes économiques et l'action civique.

### 5. La responsabilité

*Comment les responsabilités sociale et éthique peuvent-elles être encouragées pour une consommation citoyenne?*

Ce groupe traite des sujets tels que, par exemple, l'utilisation d'études de cas, la formation active, les scénarios pour l'avenir, la formation aux compétences de communication, la résolution de conflits et la gestion du changement.

• Depuis fin 2004, le CCN s'est engagé dans le projet Tuning<sup>8</sup>, un nouveau développement des projets soutenus par la Direction générale de l'éducation et de la culture suite à la déclaration de Bologne visant à mettre en place en 2010 un espace européen de l'enseignement supérieur cohérent, compatible, compétitif et attractif. Le projet Tuning a pour objectif la convergence des structures éducatives en Europe. Il développe une méthodologie conçue pour comprendre les programmes et pour les rendre comparables.

La synergie prévue entre CCN et Tuning aura pour effets :

- la traçabilité des pratiques d'enseignement par rapport à la consommation citoyenne;
- d'identifier et de débattre des compétences génériques les plus importantes des programmes incluant la consommation citoyenne selon les niveaux d'enseignement;
- d'identifier et de débattre des compétences spécifiques les plus importantes liées à la consommation citoyenne;
- une clarification des résultats des études sur l'éducation à la consommation citoyenne.

<sup>6</sup> <www.hihm.no/eway/default0.asp?pid=252>.

<sup>7</sup> Pour en savoir plus, voir <www.elfe-eu.net>.

<sup>8</sup> <europa.eu.int/comm/education/policies/educ/tuning/tuning\_fr.html>.



L'INC est membre du réseau CCN en tant que partenaire institutionnel associé à la mise en commun des connaissances et des savoir-faire. Il est destinataire des informations sur les activités de ce réseau. Pour aller plus loin dans la participation à ce réseau, il y aurait lieu d'associer une ou plusieurs universités françaises, notamment dans les domaines des sciences de l'éducation, de la sociologie, de l'économie ou de l'environnement. Un des objectifs opérationnels de cette collaboration est de contribuer à la conception de référentiels et de modules de formation de formateurs pour l'éducation à la consommation et à la citoyenneté.

### 3. Le Réseau européen d'éducation à la consommation des adultes (CEAN)

Le Réseau européen d'éducation à la consommation des adultes (*Consumer Education for Adults Network*, CEAN) est un réseau interdisciplinaire de professeurs et de formateurs partageant un intérêt dans les savoirs et les bonnes pratiques d'éducation à la consommation pour les adultes.

Ce projet, créé en octobre 2003 et d'une durée de trois ans, s'inscrit dans le cadre du module 4 ("réseaux thématiques") du plan d'action Grundtvig (pour la promotion de la dimension européenne dans la formation continue des adultes) du programme européen Socrates.

Les objectifs du réseau CEAN sont :

- d'identifier et recenser les résultats des initiatives européennes et nationales d'éducation à la consommation des adultes;
- de créer un réseau d'échange d'idées et de partage des meilleures pratiques;
- de développer des méthodes pour établir des critères spécifiques et des indicateurs de qualité dans l'éducation à la consommation des adultes;
- de fournir un cadre commun pour le développement de ressources d'éducation à la consommation des adultes;
- d'alimenter les stratégies nationales et internationales pour renforcer le rôle de l'éducation à la consommation des adultes;
- de répondre aux besoins des formateurs pour adultes à travers l'Europe et de contribuer à un cadre commun de développement des ressources d'éducation à la consommation;
- de renforcer le rôle de l'éducation à la consommation des adultes dans le développement et la stabilité des économies sociales;
- de disséminer les résultats des projets d'éducation à la consommation et de CEAN, par les réseaux associés, auprès des organismes d'enseignement pour adultes.

L'éducation à la consommation des adultes en Europe est fragmentaire et n'a pas été développée, dans les programmes éducatifs ou dans la pratique, de façon logique dans les pays partenaires du projet CEAN. Ce réseau est essentiel pour réunir des praticiens et pour disséminer les bonnes pratiques. Les activités du réseau incluent des conférences, des groupes de travail et des sessions plénières. Il concevra un référentiel d'instructions pédagogiques sur des sujets d'enseignement pour adultes et pour différents groupes cibles, une base électronique de données sur des outils d'éducation à la consommation, des articles de conférences, des notes et résumés de la politique et de la pratique en matière de besoins d'éducation à la consommation des adultes à travers l'Europe.

Le réseau est coordonné par l'Université métropolitaine de Londres et associe 14 pays de l'Union européenne, dont la France qui est représentée par l'INC. L'Institut est membre du groupe de travail sur l'éducation au développement durable. Il contribue à la conception du référentiel sur ce thème pour la formation des adultes.

Les bénéficiaires directs de ce réseau sont les organismes d'enseignement pour adultes de l'éducation formelle et informelle à la consommation à travers l'Europe avec la mise à disposition d'un référentiel d'instructions pédagogiques ainsi que des ressources éducatives des réseaux nationaux et internationaux associés.

Les décideurs bénéficieront également des résultats de ce réseau. Le CEAN contribuera à organiser des ateliers nationaux dont l'objet est de faire participer les représentants des organismes décisionnaires en matière de politique d'éducation, de formation des adultes, de consommation, de développement durable.

- Pour de plus amples informations sur le projet, consulter le site web du réseau : < [www.londonmet.ac.uk/cean](http://www.londonmet.ac.uk/cean) >.

### 4. Le réseau des pays du Conseil nordique

Dès les années soixante, une collaboration s'est mise en place entre les organisations nordiques de consommateurs et les organismes gouvernementaux correspondants des pays du Conseil nordique<sup>9</sup>. L'expérience et les résultats de cette collaboration ont formé la base pour définir les objectifs et le contenu de l'éducation à la consommation dans les écoles de ces pays. Parmi les résultats de ce travail en commun, deux outils d'information ont été conçus et sont diffusés : la revue *News and Information about Consumer Educators (NICE)*, revue semestrielle portant sur l'actualité de l'éducation à la consommation, et le *Manuel d'éducation du consommateur dans les pays nordiques*.

Le *Manuel d'éducation du consommateur dans les pays nordiques* a été conçu en 1995. Il est largement répandu dans les pays nordiques ainsi que dans les autres pays de l'Union européenne, notamment via *NICE*.

Ainsi, le réseau nordique a identifié des propositions pour les objectifs et les contenus de l'éducation à la consommation dans six domaines pour les jeunes consommateurs : finances, droits et engagements, persuasion du consommateur, consommation/environnement/éthique, nutrition et sécurité domestique.

Pour chaque domaine ont été énumérés un certain nombre de mots clés<sup>10</sup>, qui peuvent être traduits en suggestions pour des cours spécifiques. Nationalement, ces directives ont permis, grâce à la coopération entre les organisations de consommateurs et les autorités éducatives, de renforcer et de clarifier l'importance de l'éducation à la consommation dans les écoles. Elles ont été mises en œuvre lors de la mise à jour des programmes scolaires, dans la formation des professeurs et dans le développement des outils pédagogiques.

Voici quelques idées tirées de ce document sur comment et quand l'éducation à la consommation devrait être enseignée : «L'éducation à la consommation doit, le cas échéant, devenir une partie intégrante du programme scolaire, de préférence comme composante des sujets existants. L'éducation à la consommation est systématiquement enseignée tout au long de la période de l'éducation obligatoire<sup>11</sup>. L'enseignement quotidien de l'éducation à la consommation aux élèves leur permet également de choisir les styles de vie qui sont en harmonie avec les conditions pour une consommation responsable et le dévelop-

<sup>9</sup> Danemark, Finlande, Islande, Norvège, Suède.

<sup>10</sup> "Items on Consumer Education" sur < [www.norden.org/nicemail](http://www.norden.org/nicemail) >.

<sup>11</sup> Dans les pays du Conseil nordique, l'école est obligatoire jusqu'à 16 ans.

pement durable en général. Les objectifs de l'éducation à la consommation à l'école sont de former des consommateurs indépendants, avisés et informés de leurs droits comme de leurs devoirs. Il s'agit de faire en sorte que les élèves soient conscients d'être des consommateurs dans une société complexe et à facettes multiples en fournissant les connaissances de base dans des domaines tels que la législation du consommateur, les finances personnelles, l'économie, la publicité et la persuasion, l'environnement, les ressources globales, le logement, l'habillement, le prix et la qualité, la nutrition et la santé. Les écoles devraient contribuer à informer les élèves des influences auxquels ils sont exposés en ce qui concerne les styles de vie, les habitudes de consommation, les valeurs et les attitudes.»

Par ailleurs, les travaux préparatoires à ce document ont fourni des occasions de tester les méthodes d'enseignement employées dans l'éducation à la consommation auprès des élèves concernés. Elles sont fondées sur la vie quotidienne et les centres d'intérêt des élèves. Débats, jeux de rôles, simulations et jeux sont populaires. Une fois les objectifs et contenus des six domaines établis, le but était qu'à la fin du cursus scolaire les jeunes consommateurs soient capables de :

- faire des économies et gérer leurs finances personnelles ;
- se servir de leurs droits et connaître leurs responsabilités en tant que consommateurs ;
- faire face à la persuasion commerciale à laquelle ils sont exposés ;
- pouvoir évaluer les effets de leur propre consommation sur l'environnement et, pour la production/consommation, dans une perspective globale ;
- choisir et préparer une alimentation saine et respectueuse d'un point de vue environnemental, en vue aussi d'organiser rationnellement la maison ;
- se servir de l'information du produit et évaluer la sécurité et la qualité de produits comparables.

Enfin, les différentes éditions de *NICE* depuis 1994 présentent comment les enseignants des écoles, les éducateurs des centres de loisirs et les formateurs des organisations nordiques de consommateurs parviennent à atteindre leurs buts, et comment les élèves acquièrent leurs compétences. Les programmes d'éducation à la consommation des autres pays trouvent aussi leur place dans *NICE*, ce qui permet à l'ensemble des éducateurs d'échanger leurs savoirs et bonnes pratiques pour l'éducation des jeunes consommateurs.

• Contact : Leena Heinilä, Agence finlandaise de consommation, <leena.heinila@kuluttajavirasto.fi> ; si vous souhaitez faire connaître vos suggestions ou actions dans le domaine de l'éducation à la consommation, envoyez vos articles (en anglais uniquement). Lire toutes les éditions de *NICE* : <www.norden.org/nicemail>.

## 5. *Yomag.net* : un magazine en ligne pour et par les jeunes consommateurs

*Yomag.net* est à la fois un magazine en ligne d'information et de divertissement pour les jeunes consommateurs européens et un forum de discussion ([www.yomag.net](http://www.yomag.net)).

*Yomag.net* a été créé grâce à la coopération de l'Université de technologie de Berlin et de la Fédération allemande de défense des consommateurs, Verbraucherzentrale (VZBV), avec le soutien de la Direction générale de l'éducation et de la culture de la Commission européenne et du ministère fédéral allemand de l'environnement, de la conservation de la nature et de la sécurité nucléaire. Depuis 2004, la responsabilité éditoriale de *Yomag.net* est confiée à l'Association de défense des consommateurs de la République tchèque, "SOS"<sup>12</sup>.

Les articles sont exclusivement conçus par et pour les jeunes. Actuellement, quelque trois cents filles et garçons originaires de seize pays européens (Royaume-Uni, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Slovaquie, Suède et Allemagne) participent à l'élaboration de *Yomag.net*.

Les articles abordent tout ce qui peut s'acheter et tout ce qui concerne la vie quotidienne du consommateur : musique, mode, publicité, alimentation, voyages, etc.

*Yomag.net* a pour vocation de permettre aux jeunes d'échanger des informations utiles et pratiques sur les droits et devoirs du consommateur, sur de nombreux tests de produits et de services, mais aussi d'analyser les conséquences sociales et politiques des comportements de consommation.

*Yomag.net* est disponible en cinq langues : anglais, allemand, espagnol, italien et tchèque.

• Pour transmettre vos avis, poser des questions, proposer des articles ou de nouveaux sujets, les messages sont à envoyer (en anglais de préférence) à : <webmaster@yomag.net>.

## 6. La revue internationale d'étude de la protection des consommateurs

*The International Journal of Consumer Studies*, revue internationale d'étude de la protection des consommateurs, est conçue pour fournir un forum international pour la recherche en éducation à la consommation. Elle édite des articles d'intérêt pour un lectorat international et contribue à la recherche internationale sur la consommation.

Le cadre de la revue est celui :

- des sciences et de leurs applications dans la consommation,
- des politiques de consommation,
- de l'éducation à la consommation.

Les sujets couverts par la revue incluent :

- la protection des consommateurs : responsabilités et droit, sécurité, normes ;
- le comportement des consommateurs : produits et services, marketing, achat et vente ;
- l'écosystème des consommateurs : mondialisation, développement durable, technologie, consommation éthique, citoyenneté ;
- les familles et la maison : qualité de la vie, d'alimentation et de nutrition, de textiles et d'habillement, de logement, de santé et de bien-être.

Éditée six fois par an depuis 2004, la revue est désormais reconnue internationalement comme publication d'études et de recherches sur la consommation.

La revue est éditée par Blackwell Publishing (Royaume-Uni) et est supervisée par Sue McGregor de la faculté d'éducation de l'Université Mont-Saint-Vincent (Canada). Le comité éditorial est composé de 25 représentants universitaires ou d'organismes liés à l'éducation ou à la consommation, de 13 nationalités et de tous les continents. Le comité est assisté de 180 relecteurs experts des sujets traités.

*The International Journal of Consumer Studies* lance un appel à contributions pour son édition spéciale de mai 2006 sur la "consommation à risques". Les articles sont particulièrement bienvenus sur les sujets suivants :

- consommation de tabac, d'alcool, de drogues illicites ;
- effets d'une consommation "malsaine" ;
- consommation à risques et marché du travail ;

<sup>12</sup> Pour les visiteurs se rendant en République tchèque, SOS met à disposition toutes les recommandations utiles et pratiques portant sur la consommation dans ce pays, en neuf langues dont le français : <[www.yomag.net/servicepages/about/mastheadset.htm](http://www.yomag.net/servicepages/about/mastheadset.htm)>.

- prévention et décriminalisation ;
- publicité ;
- fast-food, obésité et anorexie ;
- sports à risques et autres activités de temps libre (loisirs, tourisme) ;
- assurance contre le risque ;
- Internet et consommation ;
- OGM et besoin de sécurité ;
- loteries et autres jeux de hasard ;
- médecines alternatives (besoins, réglementation) ;
- fraudes.

Les sujets peuvent se concentrer sur un système global ou national en particulier, ou sur des institutions en particulier ou des groupes cibles. Les articles peuvent être à caractère théorique, prendre position ou traiter d'un rapport sur une recherche précise. En outre, ils peuvent être le reflet de pratiques – avec, naturellement, un accent sur la consommation à risques. Ils devront également compléter de manière significative la littérature déjà publiée dans ce domaine.

Les contributions peuvent être adressées par toute personne ayant un lien, de façon professionnelle ou de formation, avec le secteur de la consommation, qui souhaite écrire dans une perspective locale, nationale ou internationale. La soumission d'un manuscrit sera une occasion d'engager un débat et de se joindre à d'autres autorités concernées et qui ont publié des études ou des recherches sur la consommation à risques.

- Pour en savoir plus, contacter José Alberto Molina, département de l'analyse économique à l'Université de Zaragoza (Espagne), <jamolina@unizar.es> ; ou consulter le site <www.blackwellpublishing.com/journals/ijc>.

Date limite d'envoi des articles ou intentions : 31 octobre 2005.

## 7. Positive News Youth Views

*PNYV* est un magazine en ligne d'avant-garde de promotion des initiatives de la jeunesse et du changement positif à l'égard du développement durable. *PNYV* a pour objectif de créer un meilleur mouvement mondial de développement durable accessible, disponible, destiné aux jeunes et également aux écoles.

Ce magazine en ligne vient ainsi faire le lien entre la jeunesse, l'école et le mouvement mondial du développement durable. *PNYV* combine les meilleures approches et pratiques mondiales en matière de construction d'un leadership de la jeunesse, de conception créative en communication et information, de savoir-faire scientifique en développement durable, d'engagement de la jeunesse, de mise en réseau de la société civile et de sa participation.

Développé pour la "décennie 2005-2014 d'éducation au développement durable" de l'ONU et mené par des formateurs en éducation à la mondialisation et au développement durable, *PNYV* fournit aux enseignants et aux élèves un outil innovant fortement interactif d'apprentissage holistique et informel du développement durable ; c'est également un outil de construction d'une communauté entre les jeunes, acteurs positifs des changements locaux et globaux du développement durable.

<sup>13</sup> <www.worldfutureschool.org>.

<sup>14</sup> <www.ihtec.org>.

<sup>15</sup> <www.millenniumcampaign.org> et sa version française pour l'an 2005 : <www.2005plusdexcuses.org>.

<sup>16</sup> <www.takingitglobal.org>.

<sup>17</sup> <www.earthcharter.org>.

<sup>18</sup> <skyfishproject.org/ror.html>.

<sup>19</sup> <www.un.org/aboutun/charter>.

<sup>20</sup> Réseau constitué par les vingt-cinq pays de l'Union, représentés par des organismes publics, des organisations de consommateurs ou des éditeurs scolaires. Liste sur <www.generation-europe.org>.

*PNYV* est l'un des éléments du projet d'École mondiale du futur<sup>13</sup>, créé par l'association allemande Positive Nett-Works et soutenu par les réseaux d'éducation à la paix tels qu'IHTEC Canada<sup>14</sup>. *PNYV* sert également de support à la campagne "millennium" de l'ONU (dix objectifs dont : éradication de la grande pauvreté, éducation primaire pour tous, égalité hommes-femmes, éducation au développement durable, etc.<sup>15</sup>), notamment la campagne pour la jeunesse<sup>16</sup>, la charte de la Terre<sup>17</sup>, la charte de l'ONU pour la jeunesse, la reconnaissance de la responsabilité<sup>18</sup> (pour la protection de l'intégrité écologique, la promotion d'une culture de démocratie, de justice sociale et de paix, pour la réduction de la consommation des ressources), les chartes des Nations-Unies<sup>19</sup> et des Traditions-Unies.

En résumé, le projet *PNYV* se décrit comme :

- un magazine en ligne transnational, conçu pour consolider les initiatives des jeunes et encourager le changement de comportement pour un meilleur développement durable ;
- un outil qui permet aux jeunes de se joindre au mouvement mondial de développement durable ;
- un outil de promotion des connaissances et des savoir-faire pour la création d'une société durable facilement accessible pour et par la jeunesse ;
- une solution unique pour une introduction aisée et l'établissement permanent d'un programme d'enseignement au développement durable dans le cursus scolaire et universitaire ;
- un outil interactif qui encourage les jeunes et les ONG à développer des "tableaux de résultats positifs" (résultats des actions et initiatives mis à jour deux fois par semaine, publiés dans les écoles ou organismes participants ou relais, et en ligne sur *PNYV*), des initiatives locales d'édition, des programmes radio ou TV ;
- un serveur Internet qui fournit les outils nécessaires en libre accès pour lancer des magazines en ligne professionnels et pour une collaboration globale.

Actuellement en vingt-cinq langues dont le français, les ressources en ligne de *PNYV* sont croissantes et constituent des sources d'idées innovantes pour les jeunes, les enseignants et les ONG. Ce support permet à chaque participant, quel que soit son niveau de connaissance ou d'activité sur le sujet, de se joindre facilement, en toute modestie ou de façon ambitieuse, au mouvement mondial d'éducation au développement durable.

- Accès : <www.pnyv.org>.

## 8. "Agenda Europa : vos droits, vos choix"

Les jeunes européens sont désormais des acteurs de la consommation très sollicités. Pour les accompagner dans leurs choix et mieux les informer de leurs droits de consommateurs, la Commission européenne a encouragé depuis deux ans la création et la diffusion de l'Agenda Europa. Les sujets abordés dans cet agenda scolaire sont identifiés et sélectionnés par l'ensemble des partenaires du réseau<sup>20</sup> qui a été constitué par la fondation Génération Europe, coordinatrice du projet. Les discussions occasionnées par cette sélection reflètent généralement le niveau d'information des jeunes consommateurs et leurs besoins dans chacun des États de l'Union, tant



dans les domaines des nouvelles technologies que dans ceux de la santé ou de l'alimentation.

À la rentrée 2005, 115 000 agendas financés par la Commission européenne ont été distribués aux élèves de classes de seconde en France. Cette année, près d'un lycée français sur trois a participé à cette initiative, soit 549 établissements (15 % de plus que l'an passé).

Au total, ce sont près d'un million d'exemplaires de l'Agenda Europa 2005-2006 qui ont été distribués dans plus de 7 000 établissements scolaires des vingt-cinq pays de l'Union européenne, traduits en 28 langues.

Pour noter jour par jour ce que l'on doit faire, ses devoirs, ses rendez-vous, ses heures de cours, l'agenda est l'outil indispensable et quotidien du lycéen. L'Agenda Europa est, en plus, truffé d'informations pertinentes dont le but est de permettre aux lycéens (15 à 18 ans) de devenir des consommateurs avertis et de jeunes citoyens européens instruits de leurs droits et de leurs devoirs. Cet agenda sensibilise les jeunes aux droits du consommateur français et européen, aux questions liées à la gestion d'un budget, au décryptage de la publicité et des étiquettes ou des labels, à la sécurité sur Internet, à la santé et aux risques liés au dopage, à l'alcool ou à de mauvaises habitudes alimentaires, etc.

Il apporte des conseils pratiques et des bases élémentaires pour aider les jeunes à mener une vie plus saine en toute sécurité et développer leur sens critique et une plus grande confiance en eux.

L'Agenda Europa est accompagné du "livret de l'enseignant" qui propose des activités, des feuilles de travail et des plans de cours liés aux contenus de l'agenda. Il s'intègre aux programmes scolaires nationaux. Les professeurs y trouvent un support pédagogique notamment pour l'éducation à la citoyenneté, le français, la biologie, la technologie, l'économie. Les cours proposés s'articulent autour de quatre grands thèmes : consommer en toute sécurité, s'informer, les consommateurs en ligne, être en bonne santé. Ce livret de l'enseignant s'organise en fiches : chacune d'elle répond à des objectifs, développe des compétences et fournit une grille d'évaluation.

L'Agenda Europa a été mis en place par la Direction générale de la santé et de la protection des consommateurs de la Commission européenne, coordonné en Europe par la fondation Génération Europe et en France par l'Institut national de la consommation, dans le cadre d'une grande campagne d'éducation des jeunes à la consommation.

L'INC est chargé de la coordination éditoriale et de l'adaptation de la rédaction de la version française, ainsi que de la diffusion auprès des lycées.

La lettre d'information concernant l'édition 2006-2007 sera envoyée dans tous les lycées français en janvier prochain pour la campagne d'inscription et de commandes (date limite de clôture prévue : fin février 2006).

• En attendant, pour tout savoir sur l'Agenda Europa et accéder aux 28 éditions européennes de l'agenda et du livret pour l'enseignant : <[www.conso.net/agenda.htm](http://www.conso.net/agenda.htm)>.

## II – QUELQUES PROGRAMMES PUBLICS ET INITIATIVES NATIONALES

Sont présentés ci-dessous des programmes publics et des initiatives nationales qui connaissent un développement récent.

### 1. Allemagne : le projet REVIS

En cours de mise en œuvre depuis 2004, la Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen (REVIS) est un projet de coopération entre l'Université de Paderborn, l'Université de Flensburg et l'Université d'éducation de Heidelberg avec le soutien du ministère fédéral allemand de la protection des consommateurs, de l'alimentation et de l'agriculture, pour lancer une "réforme de l'éducation à l'alimentation et à la consommation" dans les écoles en Allemagne.

L'objectif principal de REVIS est de soutenir à différents niveaux l'innovation et l'amélioration des savoirs et des pratiques dans le domaine de l'éducation à l'alimentation et à la consommation dans les écoles. Cela devrait être fait à partir des développements internationaux actuels, mais en tenant également compte de la politique éducative des différents Länder allemands.

Les principaux objectifs sont de :

- développer un programme d'enseignement pour tous les niveaux d'éducation dans le domaine de l'alimentation et de la consommation, qui puisse être mis en œuvre dans différentes disciplines, qui soit internationalement comparable dans ses objectifs et intentions et tienne compte également des structures fédérales ;
- recenser et évaluer systématiquement le matériel didactique existant ainsi que les pratiques éducatives et de formation des enseignants ;
- développer un guide pédagogique faisant état des modules de formation, des critères d'évaluation et de qualification des enseignants ;

– développer sur Internet un lieu central de ressources pour les enseignants dans le domaine de l'alimentation et de l'éducation à la consommation, qui serve aussi à évaluer le nouveau programme d'enseignement dans les écoles et les modules de formation des enseignants.

• Accès au site de REVIS (en allemand) : <[www.evb-online.de](http://www.evb-online.de)>.

Contact (en allemand ou en anglais) : Helmut Hesecker ou Kirsten Schlegel-Matthies, professeurs du groupe "alimentation et formation du consommateur" au département sport et santé de la faculté des sciences naturelles de l'Université de Paderborn, <[hesecker@evb.upb.de](mailto:hesecker@evb.upb.de)> ou <[schlegel-matthies@teleos-web.de](mailto:schlegel-matthies@teleos-web.de)>.

### 2. Royaume-Uni : le plan du ministère de la consommation pour l'éducation des consommateurs

Le ministère britannique de la consommation a décidé d'une approche stratégique de l'éducation à la consommation. C'est pourquoi il a effectué en 2003-2004 un audit dont le rapport intitulé "Stratégie et cadre de l'éducation à la consommation" (*Consumer Education, a Strategy and Framework*) a été publié en octobre 2004.

La mise en œuvre des orientations de ce rapport a conduit le ministère à la mise en place, en février 2005, du "groupe de travail sur l'éducation des consommateurs". Ce groupe a défini trois priorités initiales : le crédit, le scam (fraudes astucieuses, notamment sur Internet) et les signes de qualité. Un groupe de travail est en cours de constitution pour chacune de ces trois priorités. Chaque groupe de travail sera composé de représentants de la Fondation pour l'éducation à la consommation (*Alliance for Consumer Education, ACE*). L'ACE est une fondation à but non lucratif créée le 14 juillet 2000 avec le soutien des ministères de la consommation et de la santé.



Ses missions et activités sont présentées sur son site <[www.consumered.org](http://www.consumered.org)>. L'ACE regroupe plus de soixante membres issus d'entreprises, d'associations de consommateurs, de collectivités locales, de rectorats d'académie, de dispositifs de médiation, des ministères et d'autres agences publiques.

Pour la première fois, le ministère britannique de la consommation utilise l'éducation à la consommation comme outil de travail pour soutenir ses missions. Le ministère s'emploie désormais à mener une nouvelle approche stratégique de l'éducation à la consommation.

Son but est de «*donner au consommateur les qualifications et connaissances nécessaires pour lui permettre de consommer des produits et des services de façon efficace, responsable et en confiance*».

Cette stratégie vise à développer une éducation ciblée et efficace des consommateurs en optimisant la coordination et l'usage des ressources disponibles.

Cela se fera en identifiant :

- quels sont les besoins de qualifications et de connaissances des consommateurs ;
- où sont les manques de qualifications et de connaissances qui conduisent au préjudice pour les consommateurs ;
- comment des qualifications peuvent être développées et des connaissances être améliorées pour combler des lacunes identifiées.

Outre ce plan stratégique pour l'éducation à la consommation, une évaluation de l'éducation à la citoyenneté est à réaliser. Ainsi, la Fondation nationale pour la recherche en éducation (*National Foundation for Educational Research*, NFER) vient de publier, en lien avec l'ACE, un nouveau rapport<sup>21</sup> qui met en lumière la réalité de l'éducation à la citoyenneté pour les jeunes à l'école au Royaume-Uni.

Trois ans après l'introduction de la citoyenneté comme nouveau sujet d'enseignement, le rapport dresse une carte des progrès réalisés en matière de citoyenneté dans les écoles et souligne la participation active croissante des élèves. Il relève le rôle important des écoles comme "base" de l'apprentissage de la citoyenneté, et leur influence sur la conception qu'ont les élèves de la citoyenneté, de leurs savoirs civiques, du sens de l'efficacité et de leurs droits et devoirs. Les professeurs et les directeurs d'établissement scolaire restent positifs quant à l'impact de la citoyenneté sur la participation, la responsabilité et la tolérance des élèves.

En attendant, les jeunes indiquent qu'ils sont activement engagés dans la citoyenneté dans leur école et plus largement dans la communauté, et estiment qu'ils peuvent «*faire une différence*». Cependant, il reste des défis considérables à surmonter en développant une pratique effective de la citoyenneté dans les écoles.

#### • Résultats principaux actuels

L'évaluation des élèves montre que la citoyenneté apparaît plus présente à eux dans les écoles, ce qui n'était pas le cas en 2002. Ils l'associent davantage aux droits et aux responsabilités, et aux questions de l'identité et de l'égalité, qu'à des processus politiques formels.

Les cours d'éducation à la citoyenneté continuent à être menés comme un enseignement "traditionnel" avec prises de notes, utilisation de manuels scolaires, écoute du professeur pendant qu'il parle et ayant la priorité sur le sujet de discussion, la tenue du débat et l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Certains éléments du programme d'éducation à la citoyenneté sont moins enseignés que d'autres; en particulier, les sujets tels que le vote et les élections, l'Union européenne, l'économie, le Parlement et le gouvernement. Les connaissances sur la citoyenneté continuent à être liées étroitement aux ressources disponibles à la maison : plus il y a de livres chez les élèves, plus leur niveau de connaissance est élevé.

L'évaluation des écoles montre qu'elles sont «*modérément démocratiques*», suggérant que l'idéal de citoyenneté comme l'égalité de participation démocratique pour tous a un sens réel et qu'il y a des limites à la participation et à la démocratie dans les écoles.

Les écoles renforcent leurs liens avec leur environnement en mettant en évidence que l'éducation efficace à la citoyenneté n'implique pas seulement l'école, son programme scolaire et sa culture, mais également la façon dont l'école se relie à une collectivité plus large (familles, associations, collectivités locales, etc.).

Les élèves continuent à montrer des niveaux faibles d'intention de participer à une vie politique conventionnelle à l'avenir, au-delà du vote. Ils font plus confiance à leur famille ou à leurs amis, tandis que les responsables politiques et l'Union européenne obtiennent les plus bas niveaux de confiance.

Le rapport suggère que des changements sont réalisables chez les élèves en développant des dimensions de citoyenneté selon leur âge et les cours d'éducation. Les résultats du rapport montrent qu'il y a un déclin considérable de ces dimensions de citoyenneté autour de la classe de dixième (équivalente à la seconde en France), c'est-à-dire chez les élèves de 14 à 15 ans. Cependant, à cette étape de l'analyse, l'étude ne montre pas clairement si ces résultats sont généraux – elle sera aussi répétée sur plusieurs années – ou en effet si un tel "déclin de la citoyenneté" existe nationalement.

Le sentiment des élèves d'appartenir et d'être attachés à différentes communautés dans leurs vies peut changer au cours du temps. Il apparaît que le sentiment des élèves d'appartenir à la communauté scolaire augmente avec l'âge en comparaison à leur attachement à d'autres communautés.

David Kerr, de la NFER, indique que «*le rapport met l'accent sur la nature complexe des expériences et des comportements citoyens des jeunes. Il prouve qu'ils sont actifs, informés et responsables concernant les questions de citoyenneté. Il révèle que l'introduction de la citoyenneté à l'école commence à avoir une influence et indique exactement un certain nombre de domaines qui exigent davantage de recherche en éducation*».

• Accès au document "Stratégie et cadre de l'éducation à la consommation" : <[www.oft.gov.uk/NR/rdonlyres/1E9F4433-D8BC-498A-91FC-3017BE01A27D/0/oft753.pdf](http://www.oft.gov.uk/NR/rdonlyres/1E9F4433-D8BC-498A-91FC-3017BE01A27D/0/oft753.pdf)>.

Contact au ministère de la consommation : Ken Savage-Brookes, <[ken.savage-brookes@oft.gsi.gov.uk](mailto:ken.savage-brookes@oft.gsi.gov.uk)>.

Accès au site de la NFER (pages sur la citoyenneté) : <[www.nfer.ac.uk/research-areas/citizenship/](http://www.nfer.ac.uk/research-areas/citizenship/)>.

Contact à la NFER : Gail Goodwin, directeur "Medias and Communications", <[g.goodwin@nfer.ac.uk](mailto:g.goodwin@nfer.ac.uk)>.

### 3. États baltes : un référentiel d'éducation à la consommation durable

Ce manuel destiné aux pays baltes est le résultat d'un projet de coopération entre les pays du Conseil nordique et les États baltes, portant sur l'éducation à la consommation et le développement de programmes scolaires. Le projet s'est focalisé

<sup>21</sup> "À l'écoute des jeunes", le troisième rapport annuel de l'étude transversale de l'éducation à la citoyenneté, est basé sur les réponses de 6 400 élèves âgés 13 à 18 ans, de 238 responsables d'établissement scolaire ou d'université et de 876 professeurs et assistants d'université, recueillies durant l'année scolaire 2003-2004.

sur la définition d'un programme d'actions collectives et la création de matériels didactiques appropriés pour l'éducation à la consommation dans les pays baltes. L'objet de ce référentiel est de donner aux responsables éducatifs et aux enseignants une meilleure compréhension de ce qu'est l'éducation à la consommation. Il précise pour chaque niveau d'éducation quelques exemples de bonnes pratiques, et offre des suggestions de stratégies par lesquelles les thèmes de la consommation peuvent susciter une plus grande attention dans l'enseignement obligatoire. La Norvège a eu la responsabilité du projet, auquel ont participé les formateurs et les représentants des organisations des consommateurs d'Estonie, de Lettonie et de Lituanie.

Pour plus d'information, voir la page < [www.norden.org/publications](http://www.norden.org/publications) > où l'on retrouve d'autres outils d'information ou des rapports d'étude sur la consommation (notamment en anglais) : les crédits à la consommation dans la vie quotidienne des jeunes consommateurs, l'éthique dans les tests de produits, les perceptions des consommateurs sur l'impact environnemental de l'utilisation d'un produit, etc.

#### **4. Espagne : le réseau des écoles de consommateurs**

Depuis près de dix ans, l'École européenne des consommateurs (EEC), basée à Santander, a développé un réseau national d'éducation à la consommation associant aujourd'hui l'ensemble des gouvernements autonomes des régions d'Espagne, soutenu par le ministère de l'éducation et des sciences et l'Institut national espagnol de la consommation.

La réforme du système éducatif de la formation initiale et continue, débutée en 1993, a rendu possible l'organisation d'enseignements transversaux tels que l'éducation à la sécurité, à l'égalité entre les sexes, à la consommation, à l'environnement, etc. Pour autant, il y avait peu d'outils pédagogiques identifiés et la formation des enseignants était inexistante. Le réseau espagnol des écoles de consommateurs est né de la nécessité de mettre en commun les savoirs et bonnes pratiques pour l'élaboration d'outils pédagogiques adaptés à différentes cibles telles que les jeunes en insertion, les personnes âgées, les jeunes enfants, etc.

Dès le début, les collectivités régionales ou communautés autonomes d'Espagne ont fait de la mise en place d'écoles de consommateurs une priorité politique. Ainsi, dans chacune des régions, et dans certaines municipalités, il y a un conseiller d'éducation à la consommation chargé d'organiser la formation des enseignants ou les campagnes d'action dans les établissements scolaires. L'école des consommateurs est réservée aux visites en groupes organisés. Les activités sont adaptées au public concerné et font intervenir des formateurs issus des organisations de consommateurs ou des enseignants spécialisés. Par exemple, on y trouve les rayons d'un supermarché reconstitués, afin notamment de sensibiliser les participants aux pratiques commerciales liées à l'organisation des produits, à l'emballage, aux prix, à la lecture des étiquettes... Un autre atelier porte sur l'éducation à la sécurité alimentaire, notamment la chaîne du froid ou les signes de qualité. Un autre sensibilise au respect de l'environnement en montrant les effets des comportements humains sur le développement végétal et la vie animale, l'importance du recyclage des déchets, etc.

Le réseau des écoles permet une mise en commun des ressources avec la création d'une pédagogie (sur le modèle

de celle existant en France), l'organisation de séminaires nationaux, la réalisation d'outils pédagogiques multimédia et une participation plus active aux projets européens d'éducation à la consommation.

En 2001, l'EEC a constitué le Réseau d'éducation à la consommation des pays d'Europe du Sud avec le Portugal (Instituto do Consumidor), l'Italie (Adiconsum), la Grèce (Ekipizo). Il est rejoint par la France (INC) début 2003. Ce réseau est intégré depuis fin 2004 au projet e-Cons piloté par l'EEC (cf. p. 11).

• Accès : < [www.infoconsumo.es](http://www.infoconsumo.es) >.

Contact : Nieves Álvarez Martín, directrice de l'École européenne des consommateurs, < [escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es) >.

#### **5. Estonie : "Manager son budget", un programme d'éducation des jeunes consommateurs à l'économie domestique**

Depuis 2001, le Conseil estonien de protection des consommateurs et l'Université de Tallinn organisent des concours de consommateur adressés aux élèves. L'idée principale d'un tel projet est venue de Suède, adaptée dans les écoles estoniennes. Le projet s'intitule "Manager son budget". Chaque année, différents thèmes intègrent des aspects de la consommation pour sensibiliser les jeunes en tant que consommateurs. Les aspects principaux sont les droits et les devoirs des consommateurs, le choix alimentaire, une nutrition saine, l'environnement, et également la coopération et le développement de compétences pratiques. Selon le thème principal, les éléments étudiés portent sur les produits chimiques à la maison et leur utilisation, les appareils domestiques, le temps libre, les styles de vie sains, etc.

Chaque année avant que le projet soit annoncé, des conférences pour les professeurs sont tenues. Les professeurs y sont informés des thèmes et des directives du projet. Les projets des élèves sont évalués par les étudiants du département d'économie domestique à l'Université de Tallinn. Ils doivent également choisir les équipes pour la sélection finale du concours et qui obtiennent des prix spéciaux, par exemple pour une idée originale, une présentation attrayante, etc. Les étudiants de l'université sont également responsables de la conception des épreuves de la finale. Lors de celle-ci, le jury qui évalue les équipes se compose des représentants institutionnels, des professeurs et des élèves.

Le thème de l'année 2004-2005 était "Manager son budget en équipant sa cuisine et en préparant un dîner sain". Le but du projet était d'enseigner aux élèves à gérer leur environnement domestique et familial en utilisant leur imagination et leurs expériences.

Le groupe cible de ce projet était les élèves des classes de huitième<sup>22</sup>. Le premier objectif était de proposer une cuisine confortable équipée des appareils nécessaires et de choisir des produits de nettoyage pour la maison. En outre, il fallait organiser un dîner familial équilibré et élégant. Le second objectif était de concevoir un jeu intéressant et éducatif destiné à de jeunes consommateurs. Vingt-trois collègues estoniens<sup>23</sup> ont participé au concours 2004-2005. Les organisateurs ont sélectionné les huit meilleurs dossiers de candidature et trois d'entre eux ont participé à la finale en mars 2005, à Tallinn.

La compétition finale se compose d'épreuves théoriques et pratiques. Pour la rendre intéressante aux compétiteurs, les épreuves sont inspirées des émissions télévisées. Ainsi, cette année, ont été intégrés aux épreuves la "Famille Feud" ou le

<sup>22</sup> La classe de huitième en Estonie équivaut à celle de quatrième en France, soit des élèves de 13-14 ans.

<sup>23</sup> Il y a près de 200 collègues en Estonie.

“Match d’audience”<sup>24</sup>. Dans cette dernière émission, le candidat essaie d’assortir la réponse correcte au taux d’audience, mais dans le concours du consommateur celui-ci est remplacé par les enquêtes d’opinion à l’aide de celles effectuées lors des essais réalisés par le Mouvement vert estonien, par exemple pour les poudres à laver respectueuses de l’environnement. En outre, d’autres émissions célèbres, telles que “Jeopardy!”, sont assez faciles à utiliser dans ce type de concours. Ainsi, il y a bon nombre de possibilités pour faire cinq questions à partir d’un thème, lesquelles permettent d’accorder des points de 1 à 5 selon le niveau de difficulté.

Ce projet étant une des possibilités d’intégrer les aspects de la consommation dans l’éducation des jeunes, le Conseil estonien de protection des consommateurs a l’intention de continuer à organiser de tels concours. L’Université de Tallinn soutient cette approche avec des idées nouvelles et la formation de professeurs. C’est aussi l’occasion pour les étudiants qui deviendront notamment des professeurs d’économie de participer à de tels projets – évaluation des rapports des élèves, conception et organisation des différentes épreuves.

• Contact : professeurs Kaie Pappel ou Kristi Paas, département d’économie domestique à l’Université de Tallinn, <kristi.paas@tlu.ee>.

## 6. Norvège : l’espace éducation du portail norvégien de la consommation

Le Conseil norvégien de protection des consommateurs a ouvert sur son portail Internet de la consommation, “Forbrukerportalen”, un nouvel espace éducation destiné en particulier aux enseignants et aux formateurs. On y trouve des informations sur l’éducation à la consommation en général, des informations pour les enseignements primaire et secondaire ainsi que pour la formation des enseignants. On peut y suivre l’évolution de divers projets éducatifs. En outre, on peut y trouver le *Manuel de ressources pour l’éducation à la consommation*, qui offre un choix d’exemples de travaux interdisciplinaires et de méthodes pédagogiques sur la façon d’enseigner la consommation à l’école primaire, dans les collèges et lycées. Ce livre a été écrit par Victoria W. Thoresen, de l’Université d’Hedmark, et édité par le Conseil de protection des consommateurs et le ministère des enfants et des affaires familiales. Ce livre (en anglais) peut être commandé en écrivant à <post@forbrukerradet.no>.

• Accès à l’espace éducation (en anglais) : <forbrukerportalen.no/Emner/consumer\_education>.

## 7. Irlande du Nord : “De l’eau, de l’eau partout!”

Plus de 2 200 enfants des écoles primaires ont participé au concours “De l’eau, de l’eau partout!” organisé par le Conseil général de protection des consommateurs d’Irlande du Nord (*General Consumer Council for Northern Ireland, GCCNI*). Ils ont réalisé des affiches sur trois thèmes :

- « faites des choix responsables dans l’usage de l’eau »,
- « arrêtez le robinet quand vous vous brossez les dents »,
- « faites réparer les fuites de robinet ».

À l’occasion de la remise des récompenses, le 17 juin 2005, Steve Costello, président du GCCNI, a indiqué : « Je veux rendre hommage aux enfants et à leurs professeurs de l’effort et de la créativité qu’ils ont mis dans leurs contributions. Le niveau des candidatures était élevé. Ceci nous aidera à diffuser plus largement le message important pour une utilisation responsable de l’eau. » Les gagnants ont reçu 100 £ (environ 145 €) pour leur école et 50 £ (environ 73 €) pour eux-mêmes. Les autres participants ont reçu 25 £ (environ 37 €) pour leur école et autant pour eux-mêmes.

Par ailleurs, le GCCNI a lancé, en juin 2005, le guide *La consommation de A à Z*. Il fournit des références facilement accessibles à tout consommateur ayant besoin d’information sur ses droits. Il est conçu pour faire prendre conscience de ces droits et pour orienter vers les sources d’information sur les questions de consommation. En lançant le guide, Steve Costello a indiqué : « Alors que se déroule la semaine nationale irlandaise du consommateur [du 6 au 10 juin 2005], c’est l’occasion de lancer enfin un guide global allant de la sécurité des produits aux achats sur Internet. Nous croyons que la meilleure manière d’aider les consommateurs est de leur fournir l’information dont ils ont besoin. Nous avons publié ce guide avec le soutien du Service des normes dans le cadre de la campagne “Plus de pouvoir aux consommateurs”. »

• Accès au portail de l’éducation à la consommation : <portal.consumerline.org>, dans lequel on retrouve, outre toutes les actions d’éducation développées par le GCCNI, un ensemble de fiches pédagogiques pour l’enseignement primaire et secondaire de l’éducation à la consommation, un descriptif détaillé des disciplines et sujets relevant de l’éducation à la consommation dans les programmes scolaires, etc.

Accès au site du GCCNI : <www.gccni.org.uk>.

**Christophe Bernès**

<sup>24</sup> Émissions populaires de la chaîne publique de télévision estonienne ETV et de la chaîne privée TV3.