



## Projet INTERREG IV

# Jeunes consom'acteurs dans le Rhin Supérieur

01.07.2012 – 30.06.2015

➤ **Porteur de projet** : Centre Européen de la Consommation

➤ **Partenaires du projet**

### **Partenaires financiers :**

Union européenne - Fonds européen de développement régional (FEDER), Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, Eurodistrikt Strasbourg-Ortenau, Office franco-allemand pour la Jeunesse, Centre Européen de la Consommation

### **Partenaires institutionnels :**

Institut National de la Consommation, Académie de Strasbourg, Chambre de Consommation d'Alsace

## **1** Contexte

Depuis l'arrivée de l'euro et l'essor du commerce électronique, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à acheter sur des marchés étrangers, au sein de l'Union européenne, notamment en région frontalière. Or, les jeunes sont une cible privilégiée pour toute entreprise commerciale et ils constituent selon l'Eurobaromètre d'avril 2011 (n° 342) **le groupe sociodémographique qui connaît le moins bien le droit de la consommation en Europe**. Leur information, voire leur éducation en la matière devient primordiale.

Concernant la gestion de la vie privée, les jeunes doivent apprendre à mieux gérer leur **identité en ligne** et à être plus critiques lors de l'utilisation de leurs données personnelles, qui sont souvent collectées à des fins commerciales de manière systématique et sans leur accord. Aussi, une action de prévention dans ce domaine s'avère indispensable.

Dans une région frontalière comme le Rhin supérieur, il est particulièrement important d'associer à cette formation l'apprentissage de la langue et habitudes consuméristes du voisin pour encourager la mobilité des habitants et le commerce transfrontalier. Enfin, nos actions, nos habitudes d'achat et nos comportements ayant un effet immédiat sur la préservation de notre environnement et de notre société, il convient de **sensibiliser les jeunes dans les domaines écologiques, sociaux et économiques du développement durable**.

## 2

## Objectifs

Les objectifs premiers du projet sont :

- **Sensibiliser et informer les jeunes dans les secteurs de la consommation** qu'ils présentent de plus en plus, dans un contexte transfrontalier (téléphonie, achats sur internet, jeux en réseau sur internet, voyages, banques, assurances, paiements à l'étranger etc.).
- Leur faire **prendre conscience des risques liés à la publication et à la diffusion des données personnelles sur internet**, sur les réseaux de jeux en ligne et de manière générale, sur les réseaux sociaux (facebook, twitter...), par nature sans frontières.
- Leur faire comparer leurs habitudes d'achat d'un pays à l'autre et les **sensibiliser au développement durable**.

Objectifs à long terme :

- Les aider à devenir des **consommateurs responsables et acteurs du marché intérieur** à travers l'exemple d'une région frontalière
- **Encourager l'apprentissage de la langue du voisin** et la mobilité des jeunes en région frontalière et en Europe.
- Les faire **participer et contribuer ensemble à un futur durable** et à une nouvelle citoyenneté écologique.
- **Favoriser une utilisation appropriée et responsable des nouveaux outils de communication**.

## 3

## Contenu

**Interventions dans les établissements scolaires avec l'aide des services du Rectorat et du Ministère de l'Éducation du Bade-Wurtemberg, tant au niveau administratif que pédagogique**

Les interventions se dérouleront auprès de jeunes français et allemands de 15 à 20 ans scolarisés dans le Rhin supérieur.

Nous prévoyons d'intervenir chaque année dans une vingtaine d'établissements scolaires français et allemands (avec au moins trois interventions par établissement scolaire en fonction des classes / cours concernés) ; **soit un total de 60 interventions organisées chaque année**, sauf les premiers six mois (phase préparatoire du projet).

Les établissements scolaires ciblés seront majoritairement ceux situés dans la **zone géographique de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau**, dans laquelle une parité des interventions sera respectée des deux côtés du Rhin.

De par l'importance du financement allemand dans le budget global (et notamment du Land du Bade-Wurtemberg), nous veillerons également à ce qu'il y ait **plus d'interventions dans le Bade-Wurtemberg qu'en Alsace**. Les efforts de l'ensemble des partenaires financiers seront ainsi pris en compte.

Nous estimons (avec une moyenne de 35 élèves par classe) **pouvoir atteindre individuellement au moins 5.000 élèves du Rhin Supérieur**.

Ces interventions commenceront en janvier 2013.

- **Durée des interventions** : de 1h à 2h maximum
- **Langues** : Un binôme d'intervenants français/allemand assurera la prestation.
- **Déroulement** : Présentation de l'intervention, travail en groupe, jeux de rôle, questions/échanges. Puis remise de brochures, de fiches d'informations... Conseils dans les deux langues pour mettre en pratique les idées débattues au cours de l'intervention.
- **Thématiques** abordées de façon interactive avec les jeunes (par exemple via des jeux de rôle) : droit du consommateur (téléphonie mobile, achats en ligne, voyages, banque, assurances, etc.), développement durable et protection des données sur Internet et sur les réseaux sociaux .

A la fin de l'année scolaire 2014/2015, une remise de prix du concours « Jeunes consommateurs » sera organisée dans le cadre de la conférence de clôture, en présence de la presse et d'élèves ayant participé au projet. Les élèves se verront remettre lors de cette cérémonie leur « diplôme de consommateur européen responsable ».

### **Développement d'un site Internet dédié aux jeunes : [www.weareconsumers.eu](http://www.weareconsumers.eu)**

Hébergé sur le site web du Centre Européen de la Consommation, le site [weareconsumers.eu](http://www.weareconsumers.eu) se composera de différentes rubriques : présentation du projet, quizz (pour tester ses connaissances dans différents domaines de la consommation), agenda des interventions, formulaire d'inscription, infos pratiques, presse (contacts, téléchargement de dossiers de presse, d'images...), publications (flyer de présentation...), vidéos, contact....

L'objectif de ce site est de permettre un maximum d'**interaction** et une actualisation régulière des articles.

### **Participation et présence à des manifestations intéressant cette tranche d'âge comme les journées Euroscola au Parlement européen**

### **Conférences franco-allemandes de lancement et de clôture avec remise de prix**



**4**

## **Plus-value transfrontalière du projet**

**La région du Rhin Supérieur** en tant qu'espace transfrontalier européen est le périmètre géographique idéal pour se proposer d'éduquer et de former les consommateurs européens de demain. Un projet visant à éduquer les consommateurs d'une zone transfrontalière européenne n'a donc de sens que s'il est mené dans une région frontalière, proche du quotidien de chacun.

Sensibiliser, faire connaître, former, éduquer les jeunes à mieux consommer dans un autre pays que le leur, doit être ancré dans le réel afin qu'il puisse eux-mêmes prendre conscience des nouvelles possibilités qui leur sont données par l'Europe. Ce projet doit leur donner envie de franchir les frontières et de favoriser les échanges dans **le contexte franco-allemand**. A cet égard, l'Office Franco-allemand de la Jeunesse, partenaire du projet sera un excellent relais pour soutenir les jeunes dans la connaissance du pays voisin et favoriser l'apprentissage de la langue du pays voisin.

Les interventions menées par un binôme d'intervenants franco-allemands permettront d'aborder des **thématiques de l'autre pays de la zone frontalière**, auprès d'un public aussi bien francophone que germanophone. L'idée de ce projet est aussi de faire comparer les **habitudes de consommation**, notamment en ce qui concerne la consommation durable et la préservation de l'environnement. En apprenant à comparer, ils apprendront à mieux consommer. Passer la frontière implique un certain nombre de précautions, d'informations préalables comme par exemple sur l'utilisation des téléphones mobiles, le paiement à l'étranger, l'utilisation des distributeurs automatiques de billets etc. A cet égard, le projet servira également à **faciliter les échanges scolaires transfrontaliers et séjours linguistiques** (excursions et voyages dans le pays voisin), avec une plus-value transfrontalière à 3 niveaux : éduquer les jeunes, rassurer les parents et former les enseignants pouvant réutiliser les connaissances acquises par la suite.

**Le projet a été validé par le comité de suivi du programme INTERREG IV Rhin Supérieur le 19.06.2012.**

**Centre Européen de la Consommation  
Bahnhofsplatz 3  
77694 Kehl  
Allemagne  
www.cec-zev.eu**

*Mis à jour le 2 octobre 2013*