

TROP BEAU POUR ÊTRE VRAI !



Guide pratique du jeune consommateur

Journée sans crédit 2015

ONT COLLABORÉ À LA RÉDACTION DE CE GUIDE :

CÉCILE RECIPUTI, MARTINE LEGRAIN, SOUHILA FERAHTIA, EMILIE ROBERT, EUGÉNIE TONNEAUX, CAROLINE HEUSH, CAROLINE SAUVEUR, ANNE DEFOSSEZ, MARIE VANDENBROECK, CAROLINE GOOSSENS, MONIQUE VAN DIEREN, MOHAMED EL OMARI, FRANÇOISE COLLIN.

Ed. resp : M. Van Dieren - Equipes Populaires

Rue du Lombard, 8 - 5000 Namur

Achevé d'imprimer en novembre 2015

Dépôt légal D/2015/5622/3

Mise en pages : Hassan Govahian

Imprimerie Watelet

Avec le soutien de la



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
1. La consommation	5
1.1. Comment et que consomme-t-on ?	5
1.2. Le processus d'achat	8
1.3. Les rôles de chacun dans ce processus d'achat	9
1.4. Profil des différents types d'acheteurs	10
1.5. Comment le consommateur organise ses achats ?	11
1.5.1. Achats dans les magasins	
1.5.2. Achats sur Internet	
1.5.3. Les « Ventes Marseillaises »	
1.5.4. Les offres conjointes : de fausses bonnes affaires ...	
1.6. Entre besoins et envies, comment s'y retrouver ?	25
1.6.1. Comment dépense-t-on son argent ?	
1.6.2. Attention, un achat, c'est un contrat !	
2. Devenir un consom'acteur	29
2.1. Comment consommes-tu ? via le crédit ?	30
2.2. Compares-tu les prix/les offres ?	36
2.2.1. Achats de consommation courante	
2.2.2. Contrats de crédit	
2.2.3. Autres types de contrat	
2.3. Maîtrises-tu tes dépenses ?	41
2.3.1. Faire un budget	
2.3.2. Organiser mes documents administratifs	
2.3.3. Faire des économies, c'est possible si j'ai peu de revenus ?	
3. Le rapport à l'argent	45
3.1. Comprendre le rapport que l'on a avec l'argent... Mais dans quel intérêt ?	45
3.2. L'argent et moi	50
4. Que faire quand rien ne va plus ?	53
5. Lexique	61

Introduction



Trop beau pour être vrai ! ... Mais qu'est ce qui se cache vraiment derrière les offres « gratuites » ? et pourquoi une campagne de prévention qui cible les jeunes adultes ?

Avoir 18 ans, c'est atteindre la majorité. Une étape essentielle (juridiquement) car elle ouvre la porte à de nouveaux droits mais aussi à de nouvelles obligations !

Qui n'a pas été impatient d'être majeur ? Le jour des 18 ans marque en effet l'entrée dans le monde adulte. Au regard de la loi, tu deviens "capable", tu peux exercer toi-même tes droits, agir seul, c'est-à-dire faire des actes juridiques sans l'accord de tes parents ou d'un représentant légal.

La majorité, c'est la fin de l'autorité parentale : tu deviens responsable. Il t'es possible de passer tous les contrats courants : signer un bail pour te loger, acheter une voiture, souscrire seul un abonnement à Internet ou prendre une ligne téléphonique à ton nom, prendre un crédit, etc.

Du côté de la banque, tu deviens totalement responsable de tes comptes. Tu peux ainsi dépenser comme bon te semble toutes les sommes qui ont été déposées sur ton compte épargne durant ta minorité, ouvrir un compte courant sans l'autorisation de tes parents et demander une carte de crédit ou l'autorisation d'aller en négatif sur ton compte.

En bref, tu es seul responsable de la gestion de ton argent et tu dois en assumer les conséquences ... et notamment de celle de payer tes dettes¹.

L'analyse des statistiques enregistrées dans la Centrale des crédits aux particuliers de la BNB nous montre **qu'une fois qu'ils atteignent la majorité, les jeunes sont de plus en plus tentés par le crédit, que ce soit pour acheter un ordinateur, une voiture, louer et meubler un appartement ou encore financer leurs études.**

Dès l'âge de 18 ans, **les jeunes, même s'ils sont en situation financière précaire et n'ont pas de situation professionnelle stable, ont accès au crédit** (aux découverts bancaires et aux ouvertures de crédit principalement) et peuvent déjà rapidement se trouver dans une situation de surendettement liée au crédit à la consommation².

Diverses études^{3 4 5} ont également permis de constater que les jeunes ont des connaissances financières insuffisantes. Les jeunes évaluent précisément le coût des choses qu'ils connaissent ou utilisent. Par contre, peu d'entre eux savent à combien s'élève le budget familial, la somme consacrée aux courses alimentaires ou encore le montant destiné aux charges de la maison (eau, gaz, électricité).

Ils connaissent à peine les différents crédits et les services proposés par les banques. Même les plus âgés d'entre eux ignorent tout des différents types de crédits existants, de leur destination ou de leur mode de remboursement⁶.

Il ne fait pas de doute que les connaissances limitées des jeunes notamment en matière de crédit (taux d'intérêt, échéances, concept du paiement minimum, etc.) en font des proies faciles. Mais le manque de connaissances n'explique pas tout. Notre société encourage, en effet, les individus à acheter toujours plus de choses.

Consommer est devenu une manière à la fois d'échanger, de communiquer et d'interagir en société. Porter des vêtements ou des accessoires de marque, le dernier parfum à la mode, posséder le dernier Smartphone, la dernière tablette, manger tel ou tel produit, se déplacer dans une voiture de telle ou telle marque sont devenus autant de manières de communiquer une image de soi aux autres, de faire partie de la société.

Parallèlement, le recours au crédit est banalisé et permet aux consommateurs de se procurer les biens et les loisirs qui les rapprocheront du statut social convoité.

Les jeunes, bien avant 18 ans, sont les premières cibles de ce processus.

A travers cette brochure, la plateforme Journée sans crédit désire te conseiller et t'accompagner dans tes premiers pas en tant que consommateur en mettant à ta disposition des informations utiles à la bonne compréhension du monde dans lequel tu évolues.

La consommation

1.1. COMMENT ET QUE CONSOMME-T-ON ?

Par définition, consommer consiste en un acte d'acquisition de biens, de produits, de services pour satisfaire un besoin. Cependant, le terme « consommer » est souvent associé aux termes abondance, opulence, profusion, étalage du luxe.

La consommation est associée au plaisir d'acheter pour avoir le sentiment d'être heureux, d'être comblé. C'est également le plaisir de se montrer avec du nouveau (nouveau modèle de t-shirt, nouveau modèle de GSM, nouveau modèle de voiture, etc.).

Les jeunes se définissent en fonction de leurs pairs, de groupes de référence. L'appartenance au groupe joue un rôle important dans la constitution de l'identité sociale du jeune au sortir de l'enfance.

L'identification à ces groupes de référence a une influence profonde sur les comportements d'achat des jeunes⁷.

Les publicitaires l'ont bien compris : les techniques de marketing tribal ou viral jouent sur ces besoins d'identification ou de groupe. Elles parlent leur langage et visent leur « tribu ». Le but est de créer un esprit communautaire centré autour de valeurs de marque...

Les réseaux sociaux mais aussi les nouveaux supports tels que les forums, les tchats, les blogs, les buzz sur Internet ont permis d'étendre encore le rôle et l'influence des pairs et sont utilisés par les publicitaires.

Ainsi le marketing viral, très lié à l'usage du SMS, des sites web et des jeux sur Internet, mise sur le bouche-à-oreille. On encourage les jeunes à envoyer à d'autres le message ou le slogan de la marque.

Les études réalisées par le Cebud⁸ confirment ces constats.

Les jeunes estiment que leurs pairs et la publicité ont un impact important sur la manière dont ils gèrent leur argent. Les pairs ont beaucoup d'influence sur les « normes sociales » des jeunes relatives au comportement qui est cool à un certain moment :

« Posséder les bonnes marques et les bons produits semble être fortement associé à l'acceptation sociale, l'amitié et à l'amour propre »

Faire des achats “cools”, payer un verre au café, acheter des cadeaux pour des pairs, ... dépenser de l'argent pour ses amis a pour effet que le jeune “se sent bien”.

Via le crédit, toi, jeune consommateur, tu as des facilités pour acheter tout ce que tu souhaites, instantanément, et en reportant à plus tard le remboursement de ton achat ou en l'étalant dans le temps.

Le recours au crédit s'est en effet banalisé et permet de se procurer rapidement les biens et les loisirs convoités.

Il suffit de surfer sur Internet pour se rendre compte à quel point tu intéresses particulièrement les banques, les institutions financières ou encore les fournisseurs de téléphonie mobile par exemple :

*« La **MasterCard Red**, dotée d'un look rouge très branché, est la carte des jeunes par excellence. De plus, elle offre aux clients une foule d'avantages exclusifs »*
https://www.belfiusjeunes.be/static/fr/my_budget/my_cards/credit_card.aspx?showItem=Whichfits

« Chez nous, tu bénéficies gratuitement d'un compte jeunes assorti d'une carte de banque jusqu'à ton 28^e anniversaire. Mais ce n'est pas tout : découvre tous les autres avantages et services que réserve BNP Paribas Fortis à ses jeunes clients. »
<https://www.bnpparibasfortis.be/portal/start.asp>

« Cadeau de 5€ pour toute nouvelle demande d'une Carte Visa Student. Proposition valable jusqu'au 31/08/2015 inclus pour toute demande d'une nouvelle Beobank »

KBC a même développé un site Internet complet dédié spécifiquement aux jeunes :

« Un compte à vue gratuit et une carte personnalisée avec ta photo préférée »

<https://jong.kbc.be/fr/cartebancaire>

Crédit jusqu'à 7.500 €
Demandez maintenant votre emprunt.
Prêt chez Beobank à 5,7% TAEG⁹



On te donne également la possibilité de consommer pleinement en profitant de réductions, des soldes, des avantages autorisés par ta carte de crédit, etc.

Nos émotions guident nos décisions d'achat. Tous les grands spécialistes du marketing¹⁰ le savent : **l'émotion déclenche bien souvent l'envie d'acheter.** Les messages publicitaires les plus efficaces parviennent à nous toucher avant de nous faire réfléchir, en jouant sur la peur, l'amour, le désir, la culpabilité, la fierté ou encore le sentiment d'exclusivité.

Diverses études démontrent que le pouvoir émotionnel des promotions (soldes, réduction de prix, gratuité, etc.) - et plus encore de la gratuité - est particulièrement puissant. Les consommateurs y sont très réceptifs.

L'impact émotionnel est tel que le consommateur ne réfléchit pas ou peu face à une réduction de prix¹¹.

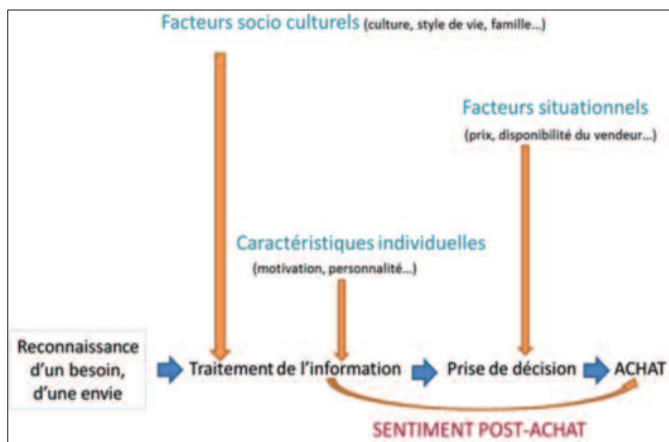
Voici les propos d'un manager d'une grande surface :
« Occasionnellement, nous attachons une étiquette 'Every Day Low Price' sur deux marques laissant leurs prix inchangés. Même si les consommateurs devraient être habitués à ces signes et devraient réaliser que les prix sont inchangés, les ventes doublent généralement pour ces marques qui ont ces signes attachés. Je suis juste stupéfait ».

Vois aussi l'expérience réalisée dans une autre étude¹² qui montre que les consommateurs vont, en majorité, choisir une offre « gratuite » alors que l'offre alternative proposée leur fait gagner 3€ de plus :

« Lors d'une expérience réalisée dans un magasin à Boston, la majorité des participants ont choisi un bon-cadeau gratuit de 10€ chez Amazone plutôt qu'un bon cadeau de 20€ sur tout achat de 7€ minimum chez Amazone ».

1.2. LE PROCESSUS D'ACHAT¹³

Concrètement, comment décide-t-on d'effectuer un achat ?
Tu trouveras la réponse dans les pages qui suivent.



L'étape numéro 1 du processus d'achat est la prise de conscience d'un besoin ou d'une envie par le consommateur car s'il n'y a pas de besoin ou d'envie, il n'y a pas d'achat.

Une fois cette envie ou ce besoin détecté, le consommateur part en quête d'informations concernant les solutions possibles. Il collecte les informations nécessaires en fonction de la complexité du choix à faire (l'achat d'un soda nécessite peu d'informations et implique moins le consommateur que l'acquisition d'une maison).

Cependant, le consommateur est influencé par deux choses. Tout d'abord, le **facteur socioculturel**, c'est-à-dire que le consommateur est influencé par le contexte qui l'entoure comme la famille, les amis, sa culture, son éducation mais aussi son mode de vie. Il est ensuite influencé par ses propres particularités comme sa **personnalité**, sa **motivation à réaliser l'achat**, ses **goûts**, etc.

Le consommateur prend toutes ces informations, les compare et cherche à se faire sa propre opinion pour guider son choix. Mais sa décision peut être affectée par différents facteurs comme le prix du produit, des conditions de vente et de retour du produit, la disponibilité du vendeur ou la manière dont il est reçu au magasin.

Une fois qu'il a évalué les différentes options se présentant à lui, il peut choisir le produit ou la marque qui lui semble le plus adapté à ses besoins et ensuite, procéder à l'acte d'achat.

Une fois le produit acheté et/ou utilisé, le consommateur éprouve alors soit un sentiment de satisfaction ou de déception vis-à-vis du produit.

1.3. LES RÔLES DE CHACUN DANS CE PROCESSUS D'ACHAT ¹⁴

Le rôle dans le processus d'achat est la nature de l'intervention d'un individu dans le processus d'information, de décision, d'achat et de consommation d'un bien. Pour chaque produit ou service, l'identification de l'acheteur est relativement simple.

On peut identifier six rôles bien différents :

- **l'initiateur** qui est le premier à émettre l'idée de l'achat du bien ou du service, ou en tout cas qui fait connaître son existence ;
- **le prescripteur/influenceur** qui influence consciemment ou non, directement ou indirectement la décision d'achat ;
- **le décideur** qui prend seul ou après consultation, la décision d'acheter ou non le bien ou le service ;
- **l'acheteur** qui concrétise matériellement l'acte d'achat pour lui-même ou une autre personne, en son nom ou pas ;
- **le payeur** qui finance l'acquisition du bien ou du service, sans pour autant en faire physiquement l'achat ou même être présent au moment de celui-ci ;
- **l'utilisateur/consommateur** du bien ou du service acheté en son nom ou qui se le voit offrir.

La distinction de ces rôles est essentielle en matière de **communication publicitaire**, car naturellement le message adressé peut varier considérablement d'un rôle à un autre. Mais, il est fréquent qu'un même individu cumule plusieurs de ces rôles. En effet, une publicité de petits biscuits pour enfant ne sera pas perçue de la même manière par celui-ci que par un adulte. De ce fait, si l'enfant décide de demander à ses parents d'en acheter, le sens du processus d'achat sera différent que si c'est le parent qui décide de l'achat par lui-même.

1.4. PROFIL DES DIFFÉRENTS TYPES D'ACHETEURS

Le schéma ci-dessous identifie les grands profils de « shopper » basés sur les attitudes et motivations d'achats différentes. Pour chaque catégorie de produit étudié, on constate bien souvent la domination d'un, voire de deux profils de shopper au maximum.¹⁵



Te reconnais-tu dans un des profils proposés ?

1.5. COMMENT LE CONSOMMATEUR ORGANISE SES ACHATS ?

Il ne faut pas croire que la manière de faire des achats est laissée au hasard. Tout est étudié pour faire acheter. On connaît la manière la plus fréquente pour acheter un bien, celle de se rendre dans un magasin. Mais il en existe d'autres, surtout à notre époque où la technologie est très présente. En effet, il est maintenant possible d'acheter presque tout en ligne. Voici quelques repères qui permettent d'y voir plus clair.

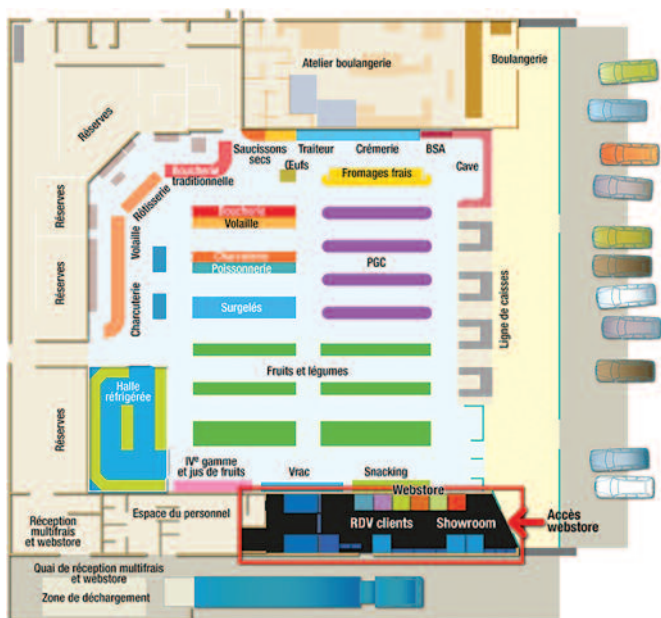
1.5.1. ACHATS DANS LES MAGASINS

Le «merchandising » en anglais ou « marchandisage », en français, désigne un ensemble de techniques de marketing développées au sein même d'un magasin afin d'augmenter son attractivité, de fidéliser la clientèle et de mieux vendre les produits proposés grâce à la manière dont ils sont présentés et agencés. Le magasin doit pouvoir mettre en évidence une large variété de produits, tout en permettant une identification individuelle de chacun d'eux.

Voici quelques astuces mises en place par les grandes surfaces pour te pousser à consommer davantage :

- **la mise en scène des espaces :**

la différenciation des rayons (boucheries, charcuterie, etc.) se fait au moyen de décors spécifiques. Ceux-ci font en sorte que tu t'y sentes bien, que tu aies l'impression d'être comme chez toi dans le magasin, ceci, afin de te pousser à visiter le plus de rayons possible.



*Exemple d'agencement des rayons d'un supermarché*¹⁶

- **les têtes de gondole :**

il s'agit d'un emplacement stratégique visible par tous les clients. On y retrouve des produits à forte marge bénéficiaire et le client n'a pas l'opportunité immédiate de faire les comparaisons de prix ou de qualité, faisant confiance à la marque ou au magasin.

- **les rayons importants sont loin de l'entrée :**

si tu n'as besoin que de pain tu vas devoir passer dans tous les rayons pour avoir enfin ce que tu désires au risque de succomber au superflu.

- **le secteur le plus rentable est le premier de l'entrée :**

dans certains supermarchés, tu tomberas directement sur ce qui leur rapporte le plus, c'est-à-dire, le secteur multimédia. Un piège lié à ce secteur c'est que tu peux tout toucher et tout tester, comme si l'iPhone t'appartenait déjà.

- **le plus cher est à hauteur de tes yeux :**

ils pensent à ton bien être, ne te fais pas un tour de reins en t'abaissant dans les rayons, tends le bras et tu auras ce que tu cherches. Mais à quel prix ?

- **les promotions :**

une promotion a comme objectif de pousser le client à acheter un produit. Mais elle ne signifie pas nécessairement une réduction du prix du produit. Promotion veut uniquement dire « mise en avant » du produit. Ce qui n'est pas toujours compris en ce sens par les clients.

- **parfois les articles non soldés sont présentés comme des articles soldés :**

sois vigilant à ce que la promotion du jour sur les yaourts à -200% en soit vraiment une.

- **les produits de grande consommation sont entourés d'articles occasionnels :**

lorsqu'il est l'heure de faire des crêpes pour la Chandeleur, à côté de la farine, tu pourras te racheter une poêle toute neuve.

- **les dégustations :**

proposer une dégustation ou faire une démonstration permet de mettre un produit en évidence et souvent de mettre en lumière une réduction. Elle permet de fidéliser un client. Ces dégustations permettent également de dynamiser le magasin, de t'accrocher et de t'interpeller.

- **les achats impulsifs aux caisses :**

pour te distraire et te faire consommer, les distributeurs placent beaucoup de produits le long des caisses. On y trouve ainsi tout ce qui est relatif à un achat compulsif (boissons, sucreries, glaces, cigarettes, magazines, etc.). Tu ne t'es jamais laissé tenter par des sucreries à la caisse, sous prétexte de les mettre dans ta voiture ?

- **l'ambiance générale :**

qu'il s'agisse de couleurs choisies ou encore de la musique, tout est étudié afin de développer l'attractivité du magasin. Avec les grandes surfaces, le client retrouve partout le même magasin (la même disposition), celui dans lequel il a ses habitudes. Il pourra donc faire ses achats dans d'autres villes en ayant l'impression qu'il est dans son magasin habituel. Cela permet de te fidéliser.

- **encore la fidélisation :**

les magasins tentent toujours de convaincre le client de revenir auprès de l'enseigne. Plus tu as confiance et moins tu contrôleras ses achats et moins tu seras influencé par les prix. Par la fidélisation, les enseignes apprennent à mieux te connaître et peuvent ainsi adapter leurs offres. Exemples : via les cartes de fidélités les magasins qui récompensent le client fidèle (sous forme de points) ou au moyen de publicités adaptées aux profils des clients.

- **les caddies ou paniers à roulette :**

rien de plus étudié que les caddies que tu peux remplir à ta guise. Concernant les paniers à roulette, contrairement à ce que tu peux penser, ils n'ont pas été créés pour te faciliter la tâche mais pour que tu

consommes plus. Tu ne te fais pas mal en tenant au bout du bras ton panier alors tu n'écourtes pas tes emplettes.

- **arrête-toi :**

tu n'as jamais remarqué qu'il était impossible de passer à plus de deux caddies dans le rayon ? Tout est fait pour que tu t'arrêtes, que tu observes et bien évidemment, que tu achètes.

- **le système de prix rend difficile la comparaison :**

il est parfois difficile de se rendre compte du prix du fromage où son prix est affiché pour 175 gr. Arme toi donc de ta calculatrice.

- **les toilettes et le service clients sont placés très loin ou près de la sortie :**

même si ton envie est pressante, tes yeux seront en action et tu pourrais te laisser tenter par le rouge à lèvres que tu as vu en passant.

Et ceci n'est pas une liste exhaustive des techniques de marketing utilisées dans les magasins pour te faire consommer.¹⁷

As-tu remarqué que tous tes sens étaient mis à rude épreuve lorsque tu fais tes courses ?

- **ta vue** est sûrement un de tes sens qui est le plus en ébullition lorsque tu te rends au magasin.
- **ton odorat** est également convoité, notamment le matin avec des odeurs de viennoiseries, le midi avec l'odeur de poulets qui rôtissent, certains magasins utilisent également des odeurs de synthèse, comme par exemple, une odeur de vrai cuir dans un magasin de fauteuil en skaï.
- tu peux **toucher** à tout. Beaucoup d'articles sont mis en libre-service, tu as la liberté de toucher et d'essayer ce que tu désires.
- **tu entends** cette musique qui crée une ambiance où tu te sens bien, ces fameux chants de Noël, mais également ces animations et promotions du jour pour lesquelles les

vendeurs te disent d'y courir pour être sûr d'en avoir parce qu'après, c'est fini !

- et si tu es quelqu'un de gourmand, tu peux également **goûter** à pas mal d'articles. Comment résister aux nouveaux biscuits qui viennent de sortir ? « Hum, c'est bon ça, j'achète ! ».



Un consommateur averti en vaut deux !

Voici maintenant quelques conseils utiles pour tes courses habituelles. En utilisant toutes ces stratégies, tu es certain de faire quelques bonnes affaires en rayon, sans trop risquer de te faire piéger :

- compare les prix au litre ou au kilo : cette habitude permet très souvent une belle différence sur les prix. C'est la base pour faire des économies. C'est un quasi-automatisme à avoir lorsque tu compares des produits différents.
- accorde une importance à ta liste de courses : pose-toi les bonnes questions : "Est-ce sur ma liste ? Est-ce un produit que je consomme régulièrement ? Ai-je de la place pour faire des stocks ? " Si la réponse est "non" à toutes ces questions, passe ton chemin, ce n'est pas un achat nécessaire.
- repère les étiquettes affichant des réductions de -30 % voire -50 % et la mention « à consommer rapidement ». Pour inciter le consommateur à acheter les produits proches de la date limite de consommation, les enseignes n'hésitent plus à baisser les prix. L'intérêt pour l'enseigne est de ne pas mettre son stock à la poubelle et pour le

client, c'est surtout l'occasion de payer moins cher. A condition, évidemment, de consommer très rapidement sous peine de faire du gaspillage.

- fais attention aux « méga pack » ou « pack familiaux » : « Achetez plus et payez moins ! » Voilà une affirmation qui a encore de beaux jours devant elle. Et pourtant, elle ne se vérifie pas toujours et de nombreuses marques se servent de cela pour duper le client. Cependant, certains formats familiaux sont de vraies bonnes affaires ! En limitant les emballages individuels et en favorisant les grands formats, tu contribues à réduire les déchets, tout en diminuant l'utilisation du plastique, du métal ou du papier dans la fabrication des packagings. Comparer le prix au litre ou au kilo est donc la seule solution pour savoir si l'offre est intéressante mais également scanner ses articles au fur et à mesure pour vérifier si le prix est réellement moins cher lors d'une offre « familiale ».



Equipes Populaires 2007

1.5.2. ACHATS SUR INTERNET

L'achat en ligne est en pleine expansion et chaque plateforme d'achat essaye de t'attirer une première fois pour ensuite te fidéliser. Parmi les moyens utilisés, les plateformes d'achat proposent parfois la livraison gratuite des marchandises achetées. Mais que signifie réellement la livraison gratuite ?

En réalité, la gratuité a souvent ses limites !

Si certains proposent réellement la livraison gratuite, d'autres ne garantissent la livraison gratuite qu'à partir d'un certain montant d'achats, d'autres offrent la livraison gratuite mais le retour des marchandises est payant, d'autres vendeurs utilisent la notoriété d'une plateforme en ligne pour vendre leurs produits mais sans offrir les mêmes garanties.

Il te faut savoir que les achats sur Internet que tu fais sont réglementés ! Il existe différentes mentions obligatoires que « l'e-commerçant » doit faire apparaître sur son site. On les retrouve dans le volet « Pratiques du marché et protection du consommateur » du Code belge de Droit Economique entré en vigueur le 31 mai 2014 (transposition de la directive européenne 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs).

Ces mentions obligatoires doivent être reprises dans un langage clair et compréhensible par tous.

Pour te permettre d'acheter en toute sécurité, tu dois pouvoir retrouver sur le site commercial les éléments suivants :

- l'identité de l'entreprise (numéro d'inscription à la Banque Carrefour des Entreprises et le nom du commerce) ;
- ses coordonnées (adresses géographique, numéro de téléphone/fax et l'adresse électronique) ;
- les mentions obligatoires lors de la conclusion d'un achat (les principales caractéristiques du bien/services, les taxes, incluant les frais supplémentaires de livraison ou tout autres frais éventuels) ;
- les modalités de paiement ;
- les modalités sur les frais de livraison et d'exécution, la

- date de livraison ou d'exécution et les démarches à effectuer en cas de réclamation ;
- les modalités du droit de rétractation (de renonciation à l'achat) ;
- la durée de l'engagement du consommateur le cas échéant (durée du contrat ou durée minimal des obligations du consommateur) ;
- les garanties applicables ;
- le service après-vente ;
- le bouton de commande (« je commande et je paie », « je paie », « paiement de la commande »).

Lorsqu'un achat est conclu et qu'un paiement doit être effectué, quatre données doivent obligatoirement être reprises de manière claire et suffisamment visible :

- les principales caractéristiques de l'achat ;
- le prix total ;
- la durée du contrat éventuel ;
- les conditions de résiliation et la durée minimale d'engagement.

Il est par contre **strictement interdit à l'e-commerçant de pré-cocher des options**, engendrant ou non, un supplément de frais (recevoir une newsletter ou autoriser de divulguer des informations personnelles). En cas de non-respect, le client peut prétendre au remboursement de tout surcoût.

Lors d'achats sur Internet, **la vigilance s'impose** car la sécurité des sites de vente en ligne laisse parfois à désirer. Test-Achats vient de publier (octobre 2015) une enquête interpellante qui montre que la moitié des sites belges de vente en ligne n'offre pas une sécurité maximale. Il peut s'agir d'usurpation d'identité grâce à la technique du phishing, de données personnelles non protégées, de labels de sécurité incorrects, etc.

Veille donc à respecter quelques consignes de sécurité :

- fais tes achats à partir d'une connexion sécurisée (antivirus et adresse https//) ;
- veille à avoir un mot de passe comprenant des chiffres, des lettres, des majuscules ;
- change de mot de passe pour chaque site de vente en ligne.



Un consommateur averti en vaut deux !

- *Quand tu sens que tu vas faire une bonne affaire sur Internet, le danger c'est d'avoir déjà pris la décision d'acheter avant de connaître toutes les conditions liées à cet achat : moyen de paiement (virement ou carte de crédit), frais de livraison, frais et conditions de retour des marchandises, etc. Or, les conditions d'achat en ligne peuvent avoir une influence sur le prix final de l'objet convoité.*
- *Avant de te lancer dans un achat en ligne, examine toutes les conditions générales du site, vérifie à quel vendeur tu as affaire et calcule le coût de retour de ces marchandises si elles ne te conviennent pas.*

1.5.3. LES « VENTES MARSEILLAISES »

Comment ça se passe ? Ce type de ventes limitées dans le temps commence toujours par l'envoi d'une invitation à visiter un showroom garnis de meubles (litterie, salons, etc.), ou encore par un appel téléphonique. Il s'agit souvent d'une centrale d'appel basée à l'étranger. On te promet un cadeau, voire plusieurs, si tu viens en couple.

Quelques jours plus tard, tu reçois une invitation par courrier, en plus d'un rappel téléphonique pour ne pas oublier que tu es invité personnellement à venir visiter le showroom.

Une fois sur place, on te demande ton invitation prétextant une tombola sur base du numéro de téléphone ou du numéro d'invitation.

Le vendeur t'interroge sur tes goûts et te demande de désigner les meubles qui te plaisent le mieux. Dès ce moment, si tu mords à l'hameçon, le vendeur ne te lâche plus. Il t'étourdit de son bavardage, t'envire de propositions alléchantes, organise une grande mise en scène dont tu es le héros, grand gagnant d'une énorme réduction grâce à ton numéro de la chance. Si tu hésites encore, l'entrée en jeu du patron (inopinément présent et irrésistiblement atteint du désir de te faire bénéficier d'encore plus d'avantages personnels) t'achèvera certainement. Si ce n'est le cas, les jeux psychologiques du vendeur auront raison de toi : dénigrement, menace, voire chantage affectif ne sont pas rares¹⁸.

Exemple : « Heum, Madame vient uniquement chercher les cadeaux... », « ...Monsieur, vous n'allez pas priver Madame de ce sublime objet de décoration... ».

Difficile de résister dans ces conditions, tant la pression est forte.

Rends-toi sur le lien suivant pour visionner un tutos réalisé en 2014 par la Journée sans crédit afin de prévenir contre ce type de pratiques :



<https://www.youtube.com/watch?v=imUjr0gaFbM>



Un consommateur averti en vaut deux !

À quoi t'exposes-tu ? Une fois le bon de commande signé, tu te retrouves avec un bien trop coûteux par rapport à sa valeur réelle, souvent de faible qualité. De plus, tu auras peut-être été amené à signer un contrat de crédit qui pèsera longtemps sur ton budget.

Tes recours sont limités car les sociétés qui s'installent temporairement dans ce type de showroom déménagent après une période de vente limitée et disparaissent dans la nature.

En conclusion, le meilleur réflexe à adopter reste de refuser l'invitation lorsqu'on te contacte par téléphone !

1.5.4. LES OFFRES CONJOINTES : DE FAUSSES BONNES AFFAIRES ...

1. **Michel** souhaite s'abonner à son journal quotidien (Le Soir). Plusieurs abonnements lui sont proposés : un abonnement papier, un abonnement en ligne et un abonnement lui permettant de recevoir son journal papier une fois par semaine le jour de son choix et les autres jours il bénéficie de la version numérique. A la signature de son abonnement, il reçoit en plus une tablette. Ce troisième type d'abonnement est très tentant mais cette tablette est-elle réellement gratuite ?
2. **Agnès** souhaite changer de lunettes mais n'a qu'un petit budget à y consacrer. Elle croit avoir trouvé une super offre chez Afflelou : moyennant le paiement d'une somme de 12€ par mois pendant 18 mois, elle reçoit 2 paires de lunettes à choisir parmi un large choix de montures et celles-ci sont garanties à vie. Est-ce vraiment une offre intéressante ?

Qu'est-ce qui est réellement gratuit et qu'est-ce qui ne l'est pas ?

• Ce qui est réellement gratuit :

1. **Michel**, en consommateur averti, compare le prix de la tablette (un IPAD d'Apple) dans le commerce et l'offre qui figure dans sa proposition d'abonnement. La tablette coûte 500€ dans le commerce alors que via l'abonnement elle ne coûte que 260€. Mais faut-il exclusivement tenir compte du prix ?
2. Si **Agnès** accepte l'offre, elle aura payé au terme des 18 mois un montant total de 216€ à l'achat de deux paires de lunettes. Mais, quand on analyse les conditions générales de l'offre, on constate qu'elles prévoient qu'**Agnès** ne peut choisir que des montures au prix maximum de 100€ chacune (un coût total maximum de 200€). La gratuité semble donc porter uniquement sur le placement des verres et sur la garantie à vie des lunettes.

• Ce qui ne l'est pas :

1. Le prix de la tablette est, en effet, moins élevé via l'abonnement. Néanmoins, **Michel** est obligé, pour en bénéficier, de s'abonner pendant une durée de deux ans sans avoir la possibilité de résilier son abonnement pendant cette durée. S'il prend l'abonnement sans tablette, il n'est tenu que pour une période d'un an. L'offre de la tablette peut donc être une réelle opportunité pour autant que l'on ait réellement l'intention de s'abonner pour deux ans.
2. Pour **Agnès**, la garantie à vie ne porte que sur les défauts de fabrication. Le fait que cette garantie soit illimitée dans le temps n'est donc pas beaucoup plus intéressante que la garantie légale de deux ans (s'il y a un défaut de fabrication, on s'en aperçoit généralement avant 2 ans). En outre, l'offre ne porte que sur des verres unifocaux (il ne doit pas s'agir de verres progressifs) et hors options. Par ailleurs, si l'offre semble intéressante

puisque le paiement des lunettes est échelonné sur deux ans, la signature d'un crédit se cache derrière cette offre. Si ce crédit BUY WAY est à 0%, il ne coûte rien pendant le temps de remboursement de l'objet acheté. Toutefois, au terme du remboursement, s'il s'agit d'une ouverture de crédit, celle-ci subsiste mais à un taux d'intérêt important. Le consommateur se retrouve alors avec une ouverture de crédit qui n'est plus gratuite.



Un consommateur averti en vaut deux !

Si tu souhaites profiter d'une offre conjointe, la première chose à faire, avant de t'engager, est de calculer le coût de chacun des produits s'il était acheté séparément. Après ce calcul, on constate souvent que la réduction de prix qui est mise en avant est moins intéressante qu'il

n'y paraît.

En effet, en tant que consommateur, tu dois te rendre compte qu'en contrepartie tu vas en réalité :

- soit t'engager pour une durée plus longue que la durée de l'engagement minimum pour le même produit sans offre conjointe et sans possibilité de résiliation ;*
- soit t'engager mais avec obligation de payer la valeur résiduelle du « cadeau » en cas de résiliation anticipée ;*
- soit signer un contrat de crédit ;*
- soit les deux.*

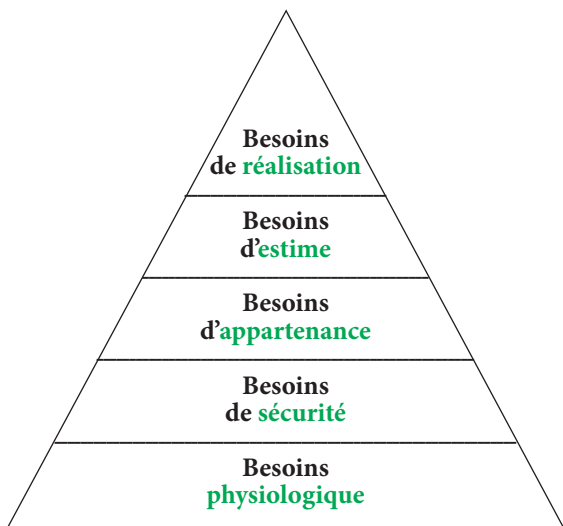
1.6. ENTRE BESOINS ET ENVIES, COMMENT S'Y RETROUVER ?

1.6.1. COMMENT DÉPENSE-T-ON SON ARGENT ?

Il y a souvent une confusion entre les besoins et les envies, et la publicité y est pour quelque chose. Si les besoins sont les mêmes pour tous, les envies, elles, sont propres à chacun et encouragées par la publicité. N'oublions pas que l'objectif des marchands est de vendre un maximum de produits. La publicité tente de nous persuader que ce qui nous fait envie est indispensable, qu'on ne peut pas s'en passer ; bref que nos envies sont des besoins.

Le besoin se définit comme quelque chose de nécessaire, d'indispensable, d'essentiel à notre survie.

Petit rappel de la pyramide des besoins de Maslow :



- Besoins **physiologique** (faim, soif, sommeil, etc.)
- Besoins de **sécurité** (environnement stable et prévisible)
- Besoins d' (affection des autres)
- Besoins d'**estime** (confiance et respect de soi, reconnaissance et appréciation des autres)
- Besoins de **réalisation** (d'accomplissement de soi)

Avec la publicité et l'évolution de nos besoins en tant que consommateur, le besoin de mobilité devient le besoin de se déplacer en voiture, d'avoir sa propre voiture, etc.

Le besoin de communiquer devient le besoin d'avoir un GSM, puis Smartphone etc.

Lorsque j'achète un vêtement parce que je n'en ai plus d'autres, cet achat correspond à un besoin qui est celui de se vêtir. Par contre, si j'achète un vêtement de marque ou pour suivre la mode, ce serait plutôt de l'ordre de l'envie.

Les besoins sont universels et relativement limités. Cependant, dans notre société de consommation, la croyance de besoins illimités est très répandue. De nouveaux biens de consommation sont proposés en permanence et provoquent de nouveaux besoins.

Nous opposons aux besoins les envies qui elles ne sont pas nécessaires à notre survie. Faire la distinction entre besoin, envie et utilité repose largement sur la subjectivité.

On associera plutôt les envies aux plaisirs que l'on peut se faire (ex : acheter un livre, partir en voyage, s'offrir une thalassothérapie, une nouvelle télévision, etc.). A peine satisfaite, une autre envie réapparaît. Il est plus facile de céder à une envie que d'y résister.

L'envie produit des émotions puissantes. L'envie est un peu notre démon personnel quand nous devons lutter pour ne pas acheter un objet tentant. Cela n'est pas toujours facile quand une société s'épanouit sur l'envie et nous y incite. La publicité est créée pour produire une insatisfaction de ce que nous avons et nous inciter à acheter ce qui semble rendre la vie des autres plus heureuse que la nôtre. Au moment de l'achat, on ressent une certaine satisfaction mais la joie que procure notre nouvelle acquisition est éphémère et s'affaiblit rapidement.

1.6.2. ATTENTION, UN ACHAT, C'EST UN CONTRAT !

Dès 18 ans, toute personne a le droit de faire valoir elle-même ses droits (voter, réclamer une indemnité, avoir une mutuelle, etc.) et de s'engager (acheter une voiture, s'inscrire à des cours, signer un contrat de bail, prendre un abonnement de GSM, etc.). C'est ce que l'on appelle avoir « la capacité juridique ». Plus besoin de passer par les parents. La liberté est quasi-totale... C'est une bonne chose mais cette indépendance n'est pas sans conséquence !

Acheter, commander, louer, etc. Ce n'est pas un simple engagement. Juridiquement, c'est un contrat que les parties doivent respecter scrupuleusement, sous peine d'être au final condamnées par un tribunal. Par exemple, si on achète une télévision, on doit en payer le prix dans le délai convenu ; si on décide de louer un appartement, on s'engage à payer un loyer et les charges pendant la durée fixée et à entretenir les lieux en bon père de famille.

Au regard de la loi belge, **un contrat est valable, qu'il ait été passé oralement ou par écrit**. Pas besoin de signature. Acheter un pantalon dans un magasin de vêtements, commander un repas par téléphone au restaurant chinois, commander une nouvelle console de jeux, etc., toutes ces actions font naître des contrats même s'il n'y a pas de document écrit signé. On exige donc tout simplement que les parties soient d'accord. Il existe juste quelques exceptions où le contrat écrit est exigé (notamment en cas d'achat d'un immeuble).

Si les parties ne respectent pas leurs engagements (défaut de paiement de la facture, du loyer, d'un abonnement de GSM, etc.), elles sont tenues de payer leurs dettes et de dédommager l'autre partie, notamment en payant une indemnité et des frais dont les montants sont souvent élevés. Les oublis ou retards peuvent donc parfois coûter cher et entraîner des problèmes importants, comme une citation en justice ou la visite d'un huissier de justice.

Dans certains cas, heureusement, la loi prévoit un **délai de réflexion** pendant lequel le consommateur peut faire marche-arrière et annuler son engagement, sans devoir se justifier. C'est le cas pour les contrats conclus en rue ou à domicile, ou encore pour les achats sur Internet. Ce délai varie mais est généralement de **14 jours**, ce qui est court en soi. Il ne faut donc pas tarder en cas d'hésitation. Si tu veux savoir si ce délai s'applique ou si tu ne connais pas le délai exact, tu pourras retrouver les informations dans le contrat, les conditions générales ou sur le bon de commande.

Pour les achats à distance (par Internet, téléphone, SMS, etc.) ou en dehors de l'établissement du vendeur (domicile, rue, lieux publics), la loi protège davantage le consommateur en prévoyant que l'entreprise doit envoyer à ses clients la confirmation du contrat sur « un support durable » (confirmation par email, courrier, clé USB, etc.) afin qu'ils puissent vérifier les conditions du contrat et réfléchir à leurs engagements.

La loi prévoit aussi la protection des données à caractère personnel, qui sert à protéger la vie privée. Cela signifie à la fois que les entreprises ne peuvent pas t'imposer de leur donner certaines informations (situation familiale, religion, race, sexe, etc.) et aussi que toutes les informations personnelles que tu donnes ne peuvent pas être utilisées pour tout et n'importe quoi. Certaines entreprises passent des accords entre elles pour s'échanger ou vendre des fichiers reprenant les coordonnées de leurs clients à des fins de publicité ou de démarchage.

Par conséquent, il faut être prudent dans les informations personnelles que tu donnes lorsque tu remplis un formulaire de commande ou lorsque tu acceptes une carte de fidélité.

Devenir un consom'acteur

Comme tu le sais peut-être déjà, la publicité fait partie intégrante de notre vie dès la tendre enfance. Comme le prouve une étude de l'INPES¹⁹ datant de 2011, 62% des enfants demandent à leurs parents d'acheter des produits promus par la publicité. La publicité arrive à ses fins puisque 91% des enfants ont déclaré avoir obtenu ce qu'ils avaient demandé.²⁰ Si les professionnels du marketing s'intéressent aux enfants, ils visent également les adolescents et les adultes. D'ailleurs, tu représentes une cible idéale parce que tu poses dès l'enfance des choix de consommation que tu reproduiras par la suite, les marques cherchant à te fidéliser. C'est d'ailleurs pour cela que cette brochure s'adresse à toi. Tu trouveras, dans les pages qui vont suivre, des informations pour te permettre de devenir ou de rester un consommateur responsable, un consom'acteur.

Penses-tu que la publicité a un impact sur ta consommation ?

Consommer raisonnablement cela s'apprend, c'est également savoir résister aux tentations et aux stratégies du marketing, pour enfin ne pas consommer tout et n'importe quoi.

As-tu des publicités qui te viennent en tête ?

Certaines publicités te viennent certainement à l'esprit, celles qui te touchent, celles que tu retiens, celles-ci te sont destinées, elles ont été créées pour toi !

Sais-tu que chaque jour tu es exposé à environ 1.200 à 2.200 messages publicitaires ? Cela peut te paraître énorme mais c'est tout à fait possible car la publicité est présente partout : télévision, radio, presse, panneaux publicitaires, Internet, sans oublier les objets du quotidien qui t'entourent (par exemple : une paire de chaussures, un sac à dos de marque, une boisson, etc.).

2.1. COMMENT CONSOMMES-TU ? VIA LE CRÉDIT ?



« Je consomme donc je suis »

Consommer, c'est avoir, c'est posséder, c'est un acte que l'on pose de façon autonome et qui est propre à chacun. C'est également essayer de faire aussi bien que le voisin, appartenir à un groupe, être reconnu socialement.

La société de consommation dans laquelle tu vis te pousse sans cesse à consommer voire à surconsommer et de par ce fait d'avoir parfois recours au crédit. Il faut également préciser qu'avoir recours au crédit peut t'être d'une grande utilité mais attention à certains pièges liés aux différents types de crédits qui peuvent te mettre en difficultés.

Un crédit n'est jamais gratuit ! D'ailleurs, à défaut d'une information complète sur le produit bancaire proposé, tout prêteur est obligé de mentionner dans sa publicité la phrase : « **Emprunter de l'argent, coûte aussi de l'argent** » que tu as déjà certainement entendue. Un crédit est facile à contracter mais c'est un acte qui doit être mûrement réfléchi, notamment en ayant conscience que malgré la nécessité du crédit, il faut être en mesure de l'assumer financièrement.

Pour ton usage privé, quels sont les différents types de crédits à la consommation que tu pourrais-tu obtenir ? Et quelles en sont les spécificités ?

Les types de crédit à la consommation :

- **le prêt à tempérament.** Imaginons, tu souhaites réaliser des travaux de rénovation mais tu ne peux pas, financièrement parlant, te le permettre. Tu te renseignes donc et tu décides de faire un prêt « travaux ». La somme d'argent sera versée sur ton compte bancaire. Par exemple, tu demandes un prêt de 3.000€ avec un remboursement mensuel de 263€. Après 12 mensualités payées, tu auras remboursé 3.243€ avec le taux d'intérêt (TAEG) à 10,50%.
- **la vente à tempérament.** Par exemple, tu souhaites acheter une voiture neuve. Il n'est pas donné à tout le monde de disposer de 15.000€, tu décides donc d'acheter la voiture en vente à tempérament. Un acompte peut être apporté, mais celui-ci n'est plus obligatoire depuis 2010. Lorsque tu empruntes 15.000€, et en versant un acompte de 2.250€, la mensualité est de 173,42 € avec un taux d'intérêt de 2,99%. Comme tu peux t'en rendre compte, le taux d'intérêt est beaucoup moins élevé pour l'achat d'une voiture que pour un prêt « travaux » car en cas de défaut de paiement de ta part, le prêteur pourra récupérer la voiture.
- **L'ouverture de crédit**, souvent liée à une carte de crédit, elle est généralement proposée par les grandes enseignes pour des achats divers dans leurs magasins CORA, MAKRO, ELDI, KREFEL, etc. Ce type de crédit te permet d'emprunter une somme d'argent qui est définie dans le contrat que tu as signé, les montants variant en fonction des magasins : 625€, 1.250€, 2.500€ ...

Tu as certainement déjà vu dans des publicités « *Achetez ce téléviseur en 3 fois sans frais* ». Souvent, se retrouve derrière cette publicité une ouverture de crédit. Lorsque le solde emprunté est remboursé, tu as toujours la possibilité de reprendre ce que tu désires encore et encore, c'est un puits sans fonds.

Comme tu peux le voir dans l'exemple ci-après, le remboursement sans frais est possible, à condition de respecter le montant de la mensualité et les délais prévus. Si tu ne respectes pas ton engagement, le taux d'intérêt peut aller jusqu'à 14,5% !

Un des multiples dangers de ces ouvertures de crédits, c'est qu'elles n'ont pas de limite dans le temps. Si tu ne résilies pas le contrat, il te suivra le reste de ta vie. Et il faut savoir que pour ces ouvertures, tu es fiché à la Centrale des Crédits aux Particuliers de la Banque nationale de Belgique. Par conséquent, si un jour tu désires contracter un prêt hypothécaire, le prêteur consultera cette centrale et constatera que tu as déjà une ou plusieurs ouvertures de crédits, et en fonction du nombre de contrats de crédits en cours, même non utilisés, la banque pourrait te refuser un nouveau prêt.

Comme pour les autres crédits à la consommation, ce type de crédit peut être utile mais il faut que tu sois conscient de ses dangers. Et comme pour tous types de crédits, reste vigilant à l'utiliser à bon escient et prendre le temps de bien lire ton contrat et les conditions générales de celui-ci.

UN CRÉDIT À 0% ? TROP BEAU POUR ÊTRE VRAI !

Exemple :

Juliette, majeure et fraîchement diplômée, vient d'emménager avec son copain dans un appartement.

Seulement, il faut tout acheter : machine à lessiver, téléviseur, fer à repasser ; etc.

Juliette se rend donc chez Krëfel et est tout de suite attirée par une affiche dans le rayon des téléviseurs :



Achetez MAINTENANT et payez à votre rythme au TAEG exceptionnel de 0%*!

Achetez un téléviseur et payez 699€ en 10 x 69,90€ !

Consultez notre spécialiste Kréfel pour plus d'informations.

Attention, emprunter de l'argent coûte aussi de l'argent!

* Taux débiteur promotionnel (TDP) de 0% du 01/10/2015 au 31/10/2015 dans une ouverture de crédit à durée indéterminée liée à une carte Kitelam Mastro de 3.000€ au TAEG (Taux Annuel Effectif Global) de 12,50%, taux débiteur annuel fixe : 9,86%. Carte sans perception préalable de la cotisation annuelle. En cas de non-utilisation de votre ouverture de crédit carte Kitelam Mastro, aucun frais ne sera compté. En cas d'utilisation de la carte, les frais de carte sont de 0,20% du solde restant dû et inclus dans le TAEG. Possibilité de financement sous forme de prêt à tempérament. Sous réserve d'acceptation de votre demande par Crédit à Gogo s.a., prêteur, rue des sous-sous-dans-la-popoche, 87560/15, 1458457 Pigeon-sur-Oseille.

*Très intéressée, **Juliette** demande alors des explications au vendeur du magasin. Ce dernier lui explique que grâce à ce financement exceptionnel, elle pourra payer la tv de ses rêves en plusieurs mensualités sans avoir à payer plus que le prix de vente, mais elle recevra également une carte du magasin avec une réserve d'argent qu'elle pourra utiliser comme bon lui semble!*

Tout cela moyennant une petite signature...

• **Ce qui est réellement gratuit :**

Le TAEG, ou Taux Annuel Effectif Global sert à mesurer le coût total du crédit. Exprimé en pourcentage, il reprend les frais (frais de dossier, de gestion, frais d'assurance, éventuels frais de commission, etc.) ainsi que les intérêts qui découlent du crédit.

Si le crédit a un TAEG de 14,5%, cela signifie qu'il faudra payer la somme empruntée, ainsi que le coût du crédit (frais et intérêts), c'est-à-dire 14,5% sur la somme empruntée.

Si le crédit indique un TAEG de 0%, cela signifie que le crédit *en soi* est gratuit. Il ne faudra en effet payer que la somme empruntée (sans frais, ni intérêts).

• Ce qui ne l'est pas :

Juliette ne pourra bénéficier du financement à 0% que si elle signe une ouverture de crédit. C'est l'objectif recherché par les grandes chaînes de magasins.

Cette pratique a une autre facette bien plus perverse : le financement à 0% n'est valable que pour l'achat à crédit visé par la promotion. Par contre, les futurs achats que **Juliette** pourrait faire avec la carte du magasin qu'elle vient de recevoir lui coûteront beaucoup plus cher car le TAEG passera alors à 14,5% !

De plus, il arrive que des conditions accompagnent ce financement à 0% : l'achat doit avoir été effectué sur Internet, obligation de faire livrer chez soi, etc.



Un consommateur averti en vaut deux !

*Tout, tout de suite, maintenant ?
Un financement à 0% n'est pas
vraiment un cadeau sans
contrepartie.*

***Juliette** doit rester vigilante
lorsqu'elle voit une publicité qui
vante la facilité d'obtenir un crédit
rapidement et la faculté d'acheter
maintenant en payant plus tard.*

*Cette pratique courante des grandes chaînes de
magasins présente de nombreux dangers que les
vendeurs passent souvent sous silence.*

*Elle vise à fidéliser les jeunes adultes et surtout
à les inciter à utiliser la carte du magasin le plus
souvent possible, puisqu'ils disposent grâce à
celle-ci d'une réserve d'argent pour une période
indéterminée.*

*Ce que **Juliette** ne sait pas, c'est que lors de ses
futurs achats, l'ouverture de crédit aura un coût
qu'elle devra supporter. Un crédit coûte de
l'argent ; elle devra rembourser non seulement la*

somme empruntée, mais aussi des frais et des intérêts importants liés au crédit.

En outre, dès qu'elle aura signé, **Juliette** va commencer à recevoir chez elle des publicités personnalisées l'incitant à utiliser sans attendre sa nouvelle réserve d'argent pour d'autres dépenses (partir en vacances, etc.).

Signer une ouverture de crédit est un acte qui peut avoir de lourdes conséquences financières. Si **Juliette** ne sait pas rembourser deux mensualités, ou si elle est en retard de paiement d'un montant équivalent à 20% du montant total à rembourser, le prêteur peut mettre fin au contrat de crédit. Un délai d'un mois sera laissé à Juliette afin de lui permettre de se remettre en ordre. Si elle n'y parvient pas, le prêteur sera alors en droit d'exiger le remboursement immédiat du solde restant dû, avec des **frais** et des **pénalités supplémentaires**. De plus, si **Juliette** ne sait pas rembourser, même partiellement, une mensualité dans un délai de trois mois, elle sera immédiatement fichée dans le **volet négatif** de la **Centrale des Crédits**. Ce qui impliquera un probable refus de la banque si elle souhaite à nouveau emprunter pour un projet qui lui tient à cœur.

Enfin, si l'ouverture de crédit est à durée indéterminée ou déterminée de plus de 5ans, le magasin peut lui demander de rembourser la totalité du montant emprunté, afin de remettre les compteurs à zéro. C'est ce qu'on appelle le **zérotagé**. Le délai de zérotagé est de 12 mois pour un crédit de moins de 3.000€ (60 mois pour un crédit de plus de 3.000€). Le prêteur doit prévenir **Juliette** de son obligation de rembourser dans les deux mois avant l'expiration de ce délai. Ce qui est très court, voire mission impossible si elle a emprunté l'entièreté du crédit!

Autre conseil

*Si **Juliette** souhaite néanmoins profiter du financement à 0%, elle pensera à mettre fin au contrat de crédit une fois la dernière mensualité remboursée. Car même si Juliette décide de ne pas utiliser la carte, celle-ci continue néanmoins de produire des effets. L'ouverture de crédit sera enregistrée dans la Centrale des Crédits aussi longtemps que Juliette n'aura pas mis un terme au contrat.*

Comment faire ?

On peut mettre fin à l'ouverture de crédit à tout moment et sans frais, par lettre recommandée, moyennant, si le contrat le prévoit, le respect d'un délai de préavis (qui est d'un mois maximum).

2.2. COMPARES-TU LES PRIX/LES OFFRES ?

2.2.1. ACHATS DE CONSOMMATION COURANTE

Tu achètes un paquet de 6 barres chocolatées à 2,95€, on te propose un paquet familial de 10 barres chocolatées à 5,50€. Vers lequel te diriges-tu ? On pourrait instinctivement se dire que plus il y a de produits, moins cher cela sera, mais ce n'est pas toujours une réalité.

Pour être sûr de ne pas faire une mauvaise affaire, sois attentif aux quelques points suivants :

- compare les prix pour le même produit dans différents magasins ;
- les fausses promotions. Lorsqu'un article est en promotion, son prix le plus bas avant cette promotion doit être indiqué pour que tu puisses te rendre compte s'il s'agit d'une réelle promotion ou pas ;
- regarde toujours le prix au kilo, au litre, à l'unité ;
- parfois lorsque l'emballage est plus grand ou a un aspect qui le rend prestigieux, le produit est plus cher et n'est peut-être pas de meilleure qualité.

2.2.2. CONTRATS DE CRÉDIT

Tu as pris le temps de bien lire le contrat de crédit/de service qui t'es proposé ? Un devis/une offre ?

Tout d'abord, concernant le **contrat de crédit**, tu dois être attentif aux petits caractères car ceux-ci sont très importants. Ils reprennent les conditions générales de ton crédit. Ils spécifient comment les choses vont se dérouler en cas de problème, il est donc utile de prendre connaissance de ces petits caractères avant de signer le contrat.

Deux exemplaires de ton contrat de crédit seront rédigés, un te sera destiné et l'autre sera pour le prêteur.

Le contrat de crédit doit contenir plusieurs informations telles que :

- le type de crédit ;
- les données du prêteur ;
- tes données et éventuellement celles de la personne qui se porte caution pour toi ;
- la somme empruntée et la durée de remboursement ;
- le pourcentage de frais annuels et le tableau d'amortissement avec les remboursements mensuels ;
- les garanties pour le prêteur, comme par exemple la preuve de tes revenus ;
- le montant des intérêts et amendes si tu paies en retard ;
- la date à laquelle le prêteur a consulté la Centrale des Crédits aux Particuliers ;
- le droit de résiliation du contrat dans les 14 jours qui suivent sa signature ;
- la marche à suivre si tu désires rembourser ton crédit avant son terme ou si l'emprunter souhaite récupérer son dû avant le terme du contrat ;
- la mention « Lu et approuvé pour ...€ à rembourser » doit figurer avant la signature du contrat.

N'hésite surtout pas à poser tes questions avant la signature du contrat !

2.2.3. AUTRES TYPES DE CONTRAT

- Fournisseurs d'énergie

Ensuite, par rapport à **une offre**, imaginons que tu quittes la maison familiale et que tu emménages seul. Tu vas devoir choisir un fournisseur d'énergie, entre-autres, lequel choisir ?

A quoi faut-il que tu sois attentif ?

Tout d'abord, pour savoir lequel choisir, il faut les **comparer** en fonction de ta consommation. Il existe plusieurs **simulateurs tarifaires** des différents fournisseurs énergétiques, notamment sur le site Internet de la Commission Wallonne pour l'Energie (CWAPE). Effectivement, si c'est la première fois que tu emménages, il est quasi impossible de connaître ta consommation mais tu peux sélectionner une consommation type en fonction du nombre de personnes dans ton ménage et de ton logement.

Sois attentif au **type de contrat**. Il en existe deux différents, soit *fixe*, soit *variable*. Donc comme leur nom l'indique, les prix sont soit fixes et ne changeront pas pendant la durée de ton contrat, soit les prix varieront en fonction de différents critères.

Il faut également prêter attention à la **durée** de ton contrat et à quel type d'énergie tu choisis (soit l'énergie traditionnelle dite « grise » ou l'énergie verte).

Lorsque tu as trouvé l'offre qui te semble la plus avantageuse, vérifie bien toutes les **conditions** de celle-ci. Comme par exemple, en cas de problèmes, le service clientèle est uniquement disponible via Internet, il y a une obligation de domiciliation, une obligation de prendre une action dans la société, etc.

Lorsque tu as pris connaissance de l'ensemble du contrat, tu peux **contacter le fournisseur** et demander de plus amples informations et ensuite **signer le contrat**. Tu peux faire cette demande par téléphone, par écrit ou via Internet. Le

fournisseur est dans l'obligation de te répondre dans les 10 jours ouvrables. Comme tu as pu déjà le lire, avant de signer quoi que ce soit, il est important que tu prennes connaissance des conditions générales.

- **Contrats sur base de devis**

Enfin, concernant **le devis**, après t'être installé dans ta nouvelle maison, tu désires y faire des travaux de rénovation.

A quoi faut-il que tu sois vigilant ?

Tout d'abord, comme pour tout, tu dois *comparer les devis* de différentes entreprises. Avant de faire établir un devis et surtout avant de le signer, assure-toi de savoir si celui-ci est gratuit ou payant. Pour que la comparaison puisse être possible, il faut que les prestations demandées soient identiques, et pour que celles-ci le soient, il faut que tu saches au préalable exactement ce que tu désires faire dans ton habitation.

Ensuite, lorsque ton devis est fait, tu dois être attentif à plusieurs points, comme par exemple, le *professionnalisme de l'entrepreneur*. Celui-ci t'a rendu un devis rapidement, ce qui donne déjà un potentiel indice sur sa rapidité et son organisation. Mais attention, cela peut aussi dire que cet entrepreneur a peu de clients et est très peu sollicité.

Renseigne-toi donc sur sa réputation. Tu peux avant tout faire des recherches sur Internet, ensuite, tu peux rechercher les données des entreprises inscrites à la Banque Carrefour des Entreprises²¹, puis tu peux également te procurer des informations sur les entreprises ayant des dettes envers la sécurité sociale²². Enfin, tu peux joindre le Contact Center du SPF Economie par téléphone (numéro gratuit) au 0800/120.33 ou via leur adresse mail : info.eco@economie.fgov.be

Il est important que tu choisisses un artisan avec qui le courant passe bien et n'hésite pas à le contacter si tu as des questions plus pointues qui te viennent à l'esprit.



Le devis doit contenir plusieurs informations telles que :

- les modalités de paiement.

Dans le secteur privé, les artisans n'ont pas de règles précises concernant les modalités de paiement. Certains artisans te demanderont 50% d'acompte à la signature du devis et 50% à la fin des prestations. Mais assure-toi que l'entreprise ne mette pas la clé sous la porte et que ses finances sont bonnes, car tu risquerais de ne pas revoir la couleur de ton argent si cela n'est pas le cas. D'autres artisans demanderont de payer 30% à la signature du devis, 30% après un certain nombre de jours de travaux et 30% à la fin des prestations. Essaie de négocier avec eux des termes qui ne te mettront pas en difficulté, mais encore une fois, sois prudent et essaie de suivre les travaux pour ne pas te faire arnaquer.

Attention, le devis fait office de contrat, lorsque celui-ci est signé le contrat est conclu.

- la date du devis ;
- les coordonnées de l'entreprise ;
- le nom du client ;
- la date de début et la durée des travaux ;
- le détail des prestations (quantité et prix unitaire) ;
- le prix de la main d'œuvre ;
- les frais de déplacement ;
- les conditions (garantie, service après-vente) ;
- le montant total à régler Hors TVA et Toutes Taxes Comprises (ou TVA comprise) ;
- la mention « Bon pour travaux » ou « Devis reçu avant l'exécution des travaux ».

2.3. MAÎTRISES-TU TES DÉPENSES ?

2.3.1. FAIRE UN BUDGET

Maintenant que tu es paré pour ne pas te faire avoir, tu peux penser à établir un budget. Il est toujours intéressant d'en établir un par écrit car celui-ci te permettra d'avoir une analyse complète sur ta situation financière.

Tu as d'une part tes **ressources**, c'est-à-dire tout ce que tu perçois et de l'autre part tes **dépenses**, c'est-à-dire toutes les dépenses effectuées. Il est impératif que le budget que tu mets en place soit le plus réaliste possible, il doit refléter de manière fidèle ta situation financière. Par exemple, si tous les jours tu t'achètes un sandwich au travail, il faut que cela soit pris en compte. Dans les **ressources**, il est important de répertorier tous les revenus du ménage. Comme par exemple, le salaire, la prime de fin d'année, le pécule de vacances, les chèques repas, les allocations de chômage, les indemnités de mutuelle, le revenu d'intégration social, les pensions alimentaires, les allocations familiales, etc.

Dans les **dépenses**, il est également important de ne rien omettre et il existe différentes manières de les classifier.

Ta **grille budgétaire**²³, tu peux l'établir à ta meilleure convenance, soit en version papier, en version informatisée voire même les deux. L'important est de ne rien oublier car chaque centime compte ! En complément de cette grille budgétaire, tu peux établir un plan prévisionnel des ressources et des charges. C'est une sorte de calendrier où tu peux indiquer à quel moment de l'année va arriver telle ou telle facture, par exemple. Ce document est divisé en deux grandes parties, les ressources annuelles et les dépenses annuelles. Pour ces deux parties, il y a donc 12 colonnes dans lesquelles sont indiqués les mois de l'année. L'objectif de ce plan est de te permettre d'avoir une vision d'ensemble sur l'année et de pouvoir épargner un peu chaque mois en prévision de ces futures grosses dépenses.

Afin de pouvoir tenir un budget, outre ces outils, il faut

évidemment toujours garder un œil sur tes finances. Et si tu n'as pas le temps de te rendre à la banque pour voir l'état de tes comptes, la technologie te donne la possibilité de le faire chez toi. Notamment, par le biais du PC Banking et du Phone Banking.

Les avantages de ces deux applications sont quasi similaires :

- ta banque reste toujours ouverte et ce à toute heure du jour ou de la nuit ;
- la possibilité d'accéder à tes comptes, peu importe où tu te trouves ;
- tu peux payer tes factures en un seul clic, plus besoin de te déplacer ;
- les applications répondent aux normes de sécurité les plus strictes ;
- tu pourras avoir certaines réductions en passant par ces applications.

Ce sont des services gratuits. Concernant le Phone Banking, tu ne paies que les frais de communication (si tu appelles ton agence) selon le tarif de ton opérateur.

Tu peux trouver des exemples de grilles budgétaires sur les sites des différents Centres de références Wallons, sur le Portail surendettement de la Région wallonne ainsi que sur le site www.checkyourbudget.be



Journée sans crédit 2012

2.3.2. ORGANISER MES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS

Avec tous les documents administratifs que tu reçois ou que tu vas recevoir, comment peux-tu t'organiser ?

Tu pourrais classer ces documents dans différentes fardes ou dans une farde mais avec des séparations pour :

- tes **documents bancaires** (extraits de compte, contrats de crédits, document d'ouverture du compte, etc.) ;
- les documents concernant ton **habitation** (le crédit hypothécaire, l'état des lieux, le contrat de bail, etc.) ;
- les documents liés à tes **assurances et aux taxes** (contrats de police d'assurance) ;
- les documents liés à **la santé et à la famille** (contrat de mariage, les testaments, les radiographies, les versements des allocations familiales, etc.) ;
- tes documents **professionnels** (fiches de paie, les diplômes, les contrats de travail, les documents chômage et/ou les documents concernant le revenu d'intégration social, la pension, etc.) ;
- et une pour les « **factures diverses** » (frais d'entretien, de réparations et d'assurance voiture, les factures d'électricité et d'eau, les achats de meubles, etc.).

2.3.3. FAIRE DES ÉCONOMIES, C'EST POSSIBLE SI J'AI PEU DE REVENUS ?

Soyons honnêtes, il n'est pas toujours possible d'épargner, alors voici quelques trucs et astuces qui t'aideront à grappiller un peu d'argent par ci, par là. Un poste sur lequel il est possible de faire attention, c'est le poste « alimentation ».

Voici quelques exemples :

- **établir une liste de courses et s'y tenir** car tout achat superflu sera évité ainsi qu'un éventuel gaspillage ;

- **faire les courses le ventre plein** diminue fortement la tentation d'achats compulsifs d'aliments gras et sucrés ;
- **limiter l'achat de viande ou de poisson** (100 gr par personne suffisent) et privilégier les produits meilleur marché à valeur nutritionnelle équivalente (par exemple remplacer la viande par des œufs, remplacer le fromage par du lait, etc.) ;
- **limiter l'achat de produits de « marques »** en achetant des produits moins chers présentant un bon rapport qualité-prix en prenant soin de comparer le prix au kilo ou au litre ;
- **privilégier les légumes de saison** car ceux-ci sont généralement moins chers car ils ne sont pas cultivés sous des serres chauffées ;
- **penser aux légumes surgelés**, leurs qualités nutritionnelles sont assez similaires aux produits frais étant donné que ceux-ci sont rapidement conditionnés après leur récolte ;
- **utiliser les restes afin de limiter au maximum le gaspillage**. Les légumes peuvent être transformés en gratin ou potage, une salade niçoise composée avec un reste de riz, un hachis Parmentier avec un reste de viande, etc. ;
- **cuisiner en plus grande quantité** car les ingrédients seront proportionnellement moins chers. Ensuite, congeler le surplus qui constituera un repas déjà préparé.

Le rapport à l'argent

3.1. COMPRENDRE LE RAPPORT QUE L'ON A AVEC L'ARGENT... MAIS DANS QUEL INTÉRÊT ?

Comprendre permet de **voir** autrement. Cela permet aussi de **prévoir** de faire différemment quand on se retrouvera face à la même situation. Pour ce qui est du rapport à l'argent comme il en est de beaucoup d'autres aspects de notre vie quotidienne, comprendre ne suffit pas. Il faut pouvoir sentir, ressentir ce qui nous pousse à agir de telle ou telle façon. On ouvre là tout le registre des émotions qui nous mobilisent vers un comportement, ou au contraire, nous empêchent de faire « autrement ».

Et parce que le monde de nos pensées se joint à celui de nos ressentis, les choses deviennent complexes...

Exemple :

Quand l'argent nous fait avancer.

Notre société nous amène à penser que la richesse est une preuve de réussite et qu'elle permet d'acquérir de la puissance sur les autres. Alors, l'argent devient un moteur qui nous fait avancer. Naît ensuite ce qu'on appelle l'*appétit* du gain, et de manière associée, la *soif* du pouvoir, etc. Nous sommes mobilisés vers l'action, vers un but qui est de satisfaire cette faim et cette soif. Ce sont des besoins de base, ils sont puissants.

Ah, ! La liberté !

Et nous voilà maintenant dans le registre des valeurs, c'est-à-dire de ce qui fait que quelque chose compte vraiment pour nous. Ce peut être d'être libre... L'argent nous procure une plus grande liberté d'action.

La liberté aussi de choisir l'image que l'on veut donner de soi.

Tel vêtement de marque, tel accessoire vendu à un prix qui crée une sélection parmi les acheteurs, etc. Tout cela fait que l'on entre dans un cercle plus restreint de privilégiés. On choisit... on est choisi...

On a le sentiment d'appartenance.

Faire partie d'un groupe participe aussi au sentiment d'exister aux yeux des autres, d'être reconnu en tant que personne. Voilà encore un besoin fondamental de l'être humain : appartenir à un groupe et être accepté de celui-ci. « L'humain est un animal social », dit-on souvent. En effet, il faut reconnaître que l'humain n'a pas les mêmes capacités physiques que pas mal d'autres animaux de cette planète. L'humain a très vite compris que seul, il ne pourrait pas grand-chose contre les éléments de la nature. Pour assurer sa survie, il doit s'associer avec d'autres et s'organiser pour agir ensemble dans le même sens.

S'accepter mutuellement et être accepté garantit la survie de la personne. Ce n'est pas rien. Que la peur de l'isolement s'enracine dans la question de la survie même de la personne. Et l'on comprend que si l'argent peut à ce point satisfaire des besoins aussi forts et premiers, cela lui confère un immense pouvoir à nos yeux.

On peut aussi comprendre combien il est difficile de résister à cet aimant au pouvoir d'attraction si puissant. Pour être honnête, ne lui confère-t-on pas aussi un peu de pouvoir magique ?

Les croyances à propos du pouvoir de l'argent

Ne pense-t-on pas parfois que « si j'avais plus d'argent, tout irait mieux » ? Que les copains, voisins, collègues, parents... me regarderaient autrement, m'accepteraient davantage... Que je « quitterais tout »... Que je n'aurais plus besoin de faire des études... De me lever... De me battre...

Une petite anecdote. Aux Etats-Unis, les gens qui avaient gagné le gros lot à la Loterie ont connu tellement de déboires dans la vie à la suite de leur gain, qu'il a fallu créer pour eux des cellules de soutien psychologique, cellules destinées à ces « gros gagnants de la vie ». En effet, ils ont dû faire face à pas

mal de changements, notamment au niveau de leur réseau de relations. Les amis de toujours déçus que petit à petit leur soit refusé tel ou tel don, commencent à prendre du recul, les relations s'enveniment, les proches s'éloignent. Après les proches... les reproches.

La Loterie Nationale belge met à disposition des gagnants du Lotto un conseiller juridique et un conseiller financier pour répondre à l'ensemble de leurs questions pratiques.

Un fameux paradoxe, si l'on se rappelle que tisser des liens autour de nous et se sentir appartenir est très important et que l'argent est sensé renforcer l'intégration dans des cercles restreints... Et puis, une fois que l'on possède, revient en force la même émotion, celle de la peur... Peur de tout perdre. Vit-on davantage dans la sécurité, la tranquillité d'esprit ? Les « gros gagnants » témoignent que tout cela ne va pas de soi, qu'ils se sont retrouvés envahis, sollicités, ... et, qu'au lieu de voir leur liberté s'étendre, ils ont dû réfléchir à comment vivre cachés.... L'argent peut sans doute faire l'effet d'un baume apaisant sur certaines peurs (peur de manquer, de perdre la face, d'avoir une mauvaise image, ou peu de reconnaissance...), mais ne garantit pas de faire disparaître la peur, comme si une peur remplaçait une autre...

La peur... Le plaisir... Le comportement d'achat est teinté d'émotions multiples

Ainsi, on observe des comportements d'achats qui s'apparentent à des comportements dits compulsifs, c'est-à-dire que l'on assiste à une perte de contrôle sur ses agissements. Une émotion de départ nous pousse à agir : par exemple, un sentiment de malaise nous envahit et, justement, à ce moment-là, une vitrine nous propose une « bonne affaire ».

Dépenser pour compenser...

L'émotion, sans doute liée à une certaine souffrance, une tristesse, un manque, un vide intérieur... est désagréable et nous cherchons à l'atténuer... L'occasion nous en est donnée, là, sous nos yeux. Pourquoi ne pas remplacer cette tristesse par un peu de plaisir ? Je saisis l'occasion, j'entre dans le magasin. A cet instant, j'oublie un peu de mon mal-être, parce

que j'entre dans une autre dynamique : celle de la découverte, je retrouve mes instincts de chasseur, je rentre dans l'action. Et comme c'est souvent dans l'action que l'on est le plus heureux, l'action est d'essayer les vêtements que je rencontre, mis en évidence à dessein, je m'émerveille d'un coloris, d'un modèle, d'une découverte technologique, je suis reconnu comme acheteur puisque le vendeur est venu à ma rencontre, il me voit, j'existe, je suis consommateur. J'oublie pour un temps de rester acteur, acteur d'un vrai choix : de quoi ai-je vraiment besoin ? De cet objet ou du fait d'être regardé, de vivre une interaction avec une personne ?

Le monde du marketing a bien compris tous nos besoins en tant qu'être humain. On cherche à nous influencer, à orienter notre choix et cela est plus facile encore lorsque l'on a un vide intérieur à combler. Qui n'a jamais fait de mauvais achats ? Cet objet qui est restera éternellement au fond d'un tiroir... Peut-être vaut-il mieux éviter les lieux de tentations commerciales lorsque l'on traverse une épreuve et qu'il sera alors plus difficile de rester acteur de ses choix de consommations. Cultiver sa confiance à trouver d'autres sources de satisfaction personnelles et relationnelles. On oublie parfois que nombre d'activités sont gratuites et source de liens.

L'argent et l'amour se confondent souvent...

Dans un couple, par exemple, il n'est pas rare d'assister à des disputes initiées au départ pour des raisons financières et qui parlent d'autre chose que d'argent. Dans les familles, les conflits autour de l'argent parlent d'affectif... D'insatisfactions affectives... Les combats autour de l'argent évitent parfois de remettre en cause des éléments de la vie à deux ou à plusieurs. L'argent, avec ses composantes d'autorité et de pouvoir, devient l'instrument de jeux psychologiques. L'argent est un moyen d'emprise et de contrôle pour celui qui détient davantage de biens, un moyen d'imposer sa volonté, une tentative d'« acheter » celle de l'autre, d'acheter la « paix du ménage », tout au moins pour un temps.

Mais le don d'argent, le gain, est aussi le moyen de protéger, d'entourer, de se « mettre au service » des autres, de leur faire plaisir. On retrouve là toute la composante émotionnelle,

sentimentale, amoureuse... Si tu me donnes moins, c'est que tu m'aimes moins. Je te donne parce que je t'aime. L'argent permet d'acheter et d'offrir... le cadeau comme gage d'amour ou de pardon, accordé ou demandé... Alors, dans les situations de précarité financière, l'impact sur les relations de couple ou familiale est lourd et pesant. Il devient plus difficile d'alimenter la relation si le compte en banque ne l'est plus, alimenté. Se crée une insécurité mutuelle et un sentiment de honte de ne plus savoir donner.

Question d'argent... Question de valeurs

La manière de gérer son patrimoine financier est guidée par les valeurs qui nous animent. On verra par exemple un contraste entre ceux pour qui l'argent est fait pour être épargné, thésaurisé, et ensuite transmis aux enfants. Pour d'autres, l'argent existe pour être dépensé. Il est source de plaisir dans l'immédiateté.

Sécurité, stabilité, transmission... ou plaisir, partage dans l'instant...

En conclusion...

En réalité, on note que, souvent, à l'âge adulte, on reste imprégné des rapports à l'argent vécus et ressentis au cours de son jeune âge ou à l'adolescence, que ce soit dans nos propres relations avec les parents à travers le jeu monétaire (le don gratuit, le don mérité pour un service rendu...) ou dans la relation de nos pères et mères entre eux (qui assume financièrement, relations de dépendances, etc.).

Avons-nous eu l'impression de manquer d'argent par rapport aux autres ?

Avons-nous le souvenir d'avoir reçu assez d'affection et d'argent?

Nos parents se plaignaient-ils « de ce que nous leur coûtions » ?

Adultes, nous sentons-nous en dette envers eux ?

Si l'on arrive à se distancer de ses émotions et projections par rapport à l'argent et réfléchir sur un nouveau mode de vie, nous y gagnerions en mieux-être...

3.2. L'ARGENT ET MOI ...



- 1 **Quel personnage associes-tu à l'argent ?**
 - ♣ Rothschild
 - ♥ Bill Gates
 - ♠ Oncle Picsou

- 2 **Ton premier salaire vient d'arriver sur ton compte... Comment le dépenses-tu ?**
 - ♥ Tu l'investis pour le faire fructifier
 - ♠ Shopping, shopping et encore shopping
 - ♣ Un petit resto entre amis pour fêter ça et le reste je l'épargne

- 3 **Un de tes amis a un petit souci d'argent. Tu le dépannes par :**
 - ♥ Intérêt, on ne sait jamais !
 - ♣ Plaisir de dépanner
 - ♠ Amitié, tout simplement

- 4 **Pour toi, ceux qui ont beaucoup d'argent sont des personnes :**
 - ♥ Plutôt intelligentes
 - ♠ Très courageuses
 - ♣ Qui sont très chanceuses

- 5 **Apéritif entre amis, au moment de payer...**
 - ♣ Chacun paye sa part
 - ♠ Tournée générale, c'est moi qui régale
 - ♥ Je n'ai qu'un billet de 200€, quelqu'un a de la monnaie ?

6 Ta devise c'est

- ♣ « L'argent ne fait pas le bonheur mais il y contribue »
- ♥ « Quand l'argent précède, toutes les portes s'ouvrent »
- ♠ « L'argent est un bon serviteur mais un mauvais maître »

7 Tu surfes sur un site de seconde main et tu tombes sur un Smartphone vendu à 400€ au lieu de 800€

- ♠ Tu sautes sur l'occasion, tu en rêvais depuis des mois
- ♣ 400€ pour un téléphone ? C'est bien trop cher pour moi !
- ♥ Oups, je me suis trompé de site ! Le seconde main, non merci !

8 Tu dois meubler ton nouvel appartement

- ♠ Tu te rends chez un célèbre artisan suédois
- ♥ À toi les magasins design ... Hors de question d'être meublé comme tout le monde
- ♣ Tu vois avec ta famille et tes amis ce qu'ils pourraient te donner

9 Tu sors de l'école et trouves ton 1^{er} emploi. Seul hic, ton employeur exige que tu aies une voiture

- ♥ Tu as économisé durant tes études et tu en achètes une neuve au comptant
- ♣ Tu pars à la recherche d'une bonne occasion, peu importe son année tant qu'elle roule
- ♠ À toi la voiture de tes rêves, peu importe le crédit à faire.

10 Dernier été en tant qu'étudiant, tes potes te proposent une virée à Ibiza

- ♠ Tu as bien travaillé cet été tu mérites bien un peu de détente
- ♣ Ibiza ? Je préfère un peu de calme dans la nature
- ♥ Ok, mais pas question de dormir en auberge, je veux un hôtel sur la plage

Tourne la page pour connaître ton profil !

Force

Garant de ta liberté, l'argent a un rôle primordial dans ta vie. Tu le gagnes, le dépenses et le gères avec beaucoup de maturité. Gaspiller son argent ? Cela te choque ! Posséder de l'argent, en gagner, t'apporte autant de plaisir qu'un loisir ou même une relation amoureuse. Pour toi, la valeur de quelque chose est directement liée à la satisfaction de tes désirs et dépend aussi de son prix. Avoir de l'argent est pour toi une forme de pouvoir et une protection.

Autonomie

Tu entretiens avec l'argent des rapports équilibrés. Nécessaire pour vivre, l'argent ne t'obsède

pas, il est même quelque chose d'accessoire. Satisfait de ce que tu as, tu te contentes de plaisirs simples et, sensible au bien-être d'autrui, tu peux même t'engager pour des dons. Les relations humaines fortes sont plus importantes pour toi que d'avoir beaucoup d'argent. Tu utilises ton argent raisonnablement. Même si celui-ci ne fait pas le bonheur, tu admetts qu'il y contribue un peu.

Passionnel

Tu accordes beaucoup d'importance à l'argent, au point même d'en devenir parfois presque esclave ! Tu dépenses et consommes sans compter, et l'argent est le principal thème de tes pensées. Posséder un ou des biens te rassure, c'est même une sorte d'antidote contre l'angoisse et la peur. Avoir de l'argent te permet d'exister, là où tu voudrais être plus créatif.

Que faire quand rien ne va plus ?

Tu as fait le tour de la question et tu ne trouves pas de solutions ? N'hésite pas à demander de l'aide. Il existe de nombreux services agréés dont la mission est de te venir en aide, t'informer et te conseiller. Il s'agit de professionnels tenus au secret professionnel et qui ont l'habitude de répondre aux questions des citoyens se trouvant en difficultés.

DES SOLUTIONS PAR ÉTAPES ET ADAPTÉES À LA SITUATION

La première étape est d'évaluer la situation pour savoir vers qui se tourner pour obtenir de l'aide.

Quelques questions très simples vont te permettre de comprendre ta situation :

- *Tous les mois, le montant de tes dépenses (charges et dettes) dépasse celui de tes revenus ?*

Tu as des difficultés à te passer d'une carte de crédit pour boucler ton budget ?

Pour boucler les fins de mois, tu empruntes régulièrement de l'argent à des membres de ta famille, à des amis, à des collègues ?

Tu as répondu oui à au moins une de ces questions ? Alors tu es probablement en situation d'endettement, voire de surendettement.

Le surendettement n'est pas une fatalité. Prendre conscience de sa situation est un premier pas dans la bonne direction. Des solutions existent mais il faut se faire aider.

La solution « miracle » n'existe pas... Elle peut passer par une augmentation de tes revenus, une diminution des tes dépenses, une meilleure gestion budgétaire, etc., ou encore par la recherche d'une aide extérieure. Les services de médiation de dettes sont là pour te venir en aide et te conseiller sur la meilleure manière de faire face à tes dettes et à ton budget en déséquilibre. Il est souvent difficile d'effectuer cette démarche, mais elle s'avère souvent bénéfique. Être suivi par un professionnel t'évitera de te retrouver seul face à tes problèmes et te permettra de prendre le recul nécessaire pour envisager des pistes de solution.

Concrètement, comment un service de médiation de dettes peut-il t'aider ?

Faire ton budget

Le professionnel qui recevra ta demande prendra le temps de t'entendre et de comprendre ta situation.

Selon son analyse, il pourra éventuellement t'orienter vers des personnes ou des services spécifiques (avocat, notaire, etc.).

S'il s'agit effectivement d'un problème d'endettement ou de surendettement, la première étape sera la constitution de ton budget afin d'évaluer au mieux le degré d'endettement/de surendettement.

Il vérifiera également avec toi que tu bénéficies bien des aides et revenus auxquels tu as droit.

Les pistes de solutions

En fonction de la difficulté du dossier, le professionnel adaptera son intervention et les solutions qu'il pourra te proposer (médiation de dettes, règlement collectif de dettes, gestion budgétaire, guidance budgétaire, protection des personnes adultes fragilisées, etc.)²⁴.

Négocier avec tes créanciers

Loyer en retard, factures d'électricité, de gaz, de téléphone en retard, dettes auprès d'organismes de crédit, etc. Tout sera passé en revue. Avec ton accord, le professionnel prendra contact avec l'ensemble de tes créanciers pour les informer de ta situation et demander des délais de paiement (étalement dans le temps des paiements) ou proposer toute autre solution plus adaptée.

Le suivi

Le professionnel sera à tes côtés tout au long du parcours. Il veillera au bon déroulement de la procédure qui aura été entamée avec toi. La situation sera évaluée régulièrement afin de s'assurer de son bon déroulement.

Le travail effectué par un service de médiation de dettes est **gratuit**.

Pour trouver les coordonnées du service le plus proche de chez toi :

- pour la Région Wallonne :
numéro vert de la Wallonie 1718 ou
www.observatoire-credit.be
- pour la Région Flamande :
www.eerstehulpbijschulden.be/contact
- pour la Région Bruxelloise : 02/217.88.05
ou www.mediationdedettes.be

La prévention du surendettement

Depuis 2007, il existe également des Groupes d'Appui de Prévention du Surendettement

(GAPS). Ces groupes ont succédé aux écoles des consommateurs. Ils sont mis en place à l'initiative des services de médiation de dettes publics et privés.

Ils assurent une mission de prévention de surendettement au travers d'animations pédagogiques régulières. Ces groupes te proposent des séances d'information (minimum 5 par an) et d'échange où la confidentialité et le non jugement sont les maîtres-mots. Ceux-ci sont ouverts à tous, que tu sois en situation de surendettement, que tu l'aies été ou tout simplement si tu es intéressé par la problématique de la gestion budgétaire, du surendettement, de la (sur)consommation, etc.

Les Centres de références wallons, le Centre d'Appui aux services de Médiation de dettes bruxellois, ainsi que les Equipes populaires, proposent également des animations de prévention du surendettement à un public le plus large possible.

• Tu es en litige avec un commerçant (vendeur, société de téléphonie, fournisseur d'électricité, banque, etc.) et tu ne parviens pas à trouver une solution à l'amiable ?

Tu souhaites résoudre le problème rapidement et à moindre coût ?

Des ombudsmans sont à ta disposition.

Notre législation s'est dotée d'un arsenal de modes de règlement alternatif des litiges extrajudiciaires assez poussé et professionnalisé. Le consommateur qui rencontre un problème avec une entreprise (vendeur de biens, prestataires de services)

peut ainsi faire appel à l'arbitrage, la conciliation, la médiation, l'Ombudsman ou encore le Centre Européen des Consommateurs (CEC).

L'ombudsman a originellement pour rôle de "défendre les droits de quelqu'un d'autre"²⁵. Dans la conception européenne développée par la pratique, il s'agit de la personne (un homme ou une femme) qui aide une autre personne, laquelle souhaite porter (ou a porté) plainte, par exemple car elle a acheté un produit non conforme, son bien a été livré tardivement, la facture reçue est erronée, etc.

En Belgique, il existe plusieurs Ombudsmans ou services de médiation qui dépendent d'une certaine entreprise, d'un certain secteur ou service public (énergie, pensions, assurances, banque, voyages, etc.). Ils ont une compétence régionale ou fédérale.

Faire appel à un médiateur constitue une alternative intéressante à l'action en justice qui est souvent longue et coûteuse.

Par rapport au tribunal, cette démarche offre de nombreux avantages²⁶ :

- la rapidité ;
- le coût réduit (certains organismes ne réclament aucun frais et en cas d'intervention d'un médiateur agréé les honoraires sont en principe répartis par parts égales) ;
- la confidentialité (alors qu'au tribunal les débats sont publics) ;
- le maintien des relations entre les parties (en cas d'accord, il n'y a ni vainqueur ni vaincu mais deux gagnants).

De plus, avec l'apparition de Belmed, l'interface de résolution en ligne des litiges extrajudiciaires du SPF Economie, de plus en plus de secteurs ont créé des services de médiation, ce qui constitue un progrès.

• Tu te poses des questions sur tes droits et obligations en tant que consommateur ?

Le site Internet du Service Public Fédéral – Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie regorge d'informations sur les droits des consommateurs et sur le service Belmed. N'hésites pas à t'y rendre pour te tenir informé de l'évolution des lois et sur tes droits et obligations !

• Le litige est trop important et tu dois te défendre devant la justice ?

L'Ombudsman te conseille d'aller devant la justice ?

Les juges de paix (Article 591 du Code judiciaire) sont seuls compétents pour les litiges concernant : l'électricité, le gaz, le chauffage ou l'eau ou les télécommunications à l'encontre d'un consommateur, mais aussi pour tous les litiges relatifs à un crédit à la consommation.

Cette dernière procédure prévue aux articles VII.107 du Code de Droit Economique (ancien article 38 de la loi crédit) et 1337bis du Code judiciaire peut être introduite par requête par un consommateur dont la situation financière s'est aggravée.

Le but étant, « par une procédure rapide et peu coûteuse devant le juge de paix, de tenter de trouver une solution d'urgence pour des cas de surendettement qui, en raison de leur caractère spécifique, réclament une solution sur mesure ».

Tu peux te présenter seul pour ta défense ou prendre contact avec un avocat qui assurera ta défense.

Pour tout autre litige que ceux visés plus haut (saisie d'un immeuble, arnaque importante, litige avec un entrepreneur, etc.), il est vivement conseillé de demander l'aide d'un avocat.

• *Tu dois aller en justice, mais vu tes bas revenus, tu n'as pas les moyens de payer un avocat ?*

Tu peux demander l'aide juridique auprès du bureau d'aide juridique ou du Tribunal de première instance de ton arrondissement judiciaire (permanence d'aide juridique).

Il te faudra te munir de quelques documents :

- une composition de ménage ;
- la preuve des revenus de tous les membres majeurs d'âge du ménage ;
- la preuve de la perception ou du paiement de parts contributives ou pensions alimentaires éventuelles ;
- les documents justifiant du bénéfice de la gratuité totale en fonction d'une des catégories spécifiques (personnes détenues, mineurs d'âge, personnes bénéficiant d'une procédure de règlement collectif de dettes en cours ou celles souhaitant consulter un avocat en vue d'introduire une telle procédure, bénéficiaires d'un revenu d'insertion sociale ou d'une aide sociale, bénéficiaires de la GRAPA, bénéficiaires d'une allocation de remplacement de revenus pour personne handicapée, locataires d'un logement social bénéficiant d'un loyer minimum, personne qui a à sa

charge un enfant bénéficiant d'allocations familiales garanties, personne de nationalité étrangère, uniquement pour l'introduction d'une demande de régularisation de séjour ou pour un recours contre un ordre de quitter le territoire, personne qui bénéficie d'une mesure de protection édictée par la loi sur la protection des malades mentaux, endettement exceptionnel est le cas échéant pris en considération sur base de pièces justificatives).

Ces documents doivent dater de moins de deux mois.

Un avocat, que tu pourras choisir s'il est inscrit sur la liste des volontaires à l'aide juridique, sera désigné pour te défendre ou pour te donner un avis juridique approfondi.

L'aide juridique peut être totalement ou partiellement gratuite et n'est accordée qu'aux personnes disposant de revenus limités dont le plafond est fixé par la loi ou se trouvant dans une des catégories visées par l'aide gratuite, et ce, sur présentation de pièces justificatives. Les plafonds de revenus sont revus en fonction de l'indice santé et peuvent être consultés sur le site Internet des différents tribunaux du pays.

Lexique

- **Banque Carrefour des Entreprises**²⁷

La Banque-Carrefour des Entreprises (BCE) est une banque de données créée et gérée par le SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie contenant des données d'identification des entreprises.

- **Centrale des Crédits aux Particuliers**²⁸

La Centrale des Crédits aux Particuliers (CCP) est un outil de lutte contre le surendettement. Elle enregistre tous les crédits conclus dans un but privé par des personnes physiques ainsi que les éventuels défauts de paiement relatifs à ces crédits. Elle doit obligatoirement être consultée par les prêteurs avant tout octroi de crédit.

- **Citation en justice**

La “citation” est le document par lequel une personne est sommée de se présenter devant un tribunal.

Selon les procédures et les juridictions saisies, il est transmis soit par lettre recommandée (avec avis de réception), soit par voie d'huissier de justice.

- **Conditions générales**

Les conditions générales définissent les devoirs et obligations respectives des parties contractantes à l'occasion d'une vente, par exemple mais il en va de même entre autre pour un contrat d'assurance ou de crédit. En signant une convention, un bon de commande ou en acceptant la confirmation de commande, tu reconnais expressément avoir pris connaissance des conditions générales et les avoir acceptées.

Dans les conditions générales de vente, par exemple, tu retrouveras toutes les informations relatives à la vente d'un produit ou d'un service comme :

- conditions de livraisons ;
- remises ;
- conditions de règlement ;
- pénalités ;
- conditions de remboursement ;
- tribunal compétent ;
- etc.

- **Se porter caution/garant**²⁹

La caution est la personne qui s'engage à payer les dettes d'une autre personne si celle-ci ne parvient plus à le faire. Le contrat par lequel la caution s'engage est dénommé le cautionnement. Il ne s'agit pas d'un simple engagement moral. L'engagement de caution doit être pris très au sérieux car il engage les revenus (salaires et pensions) et les biens de la caution : ses meubles mais aussi son logement si elle en est propriétaire. Un simple accord verbal ne suffit pas. Un contrat « sous seing privé » est rédigé et signé par la personne se portant caution.

Lorsque la personne donne sa caution pour un crédit à la consommation ou un crédit immobilier, elle bénéficie des mêmes délais de rétractation (de 14 jours pour le crédit à la consommation) et de réflexion (de 10 jours pour le crédit immobilier) que l'emprunteur.

- **Domiciliation bancaire**³⁰

La domiciliation bancaire est un prélèvement automatique sur ton compte bancaire. Si tu acceptes la domiciliation bancaire sur ton compte à vue, tu donnes approbation de débiter de ton compte chaque facture reçue. En clair, tu autorises un créancier à prélever le montant qu'il lui plaît quand cela lui plaît pour peu qu'il ait émis une facture dans le cadre des relations contractuelles qui vous lient.

• **Délai de rétractation**³¹

Le délai de rétractation est une période de réflexion pendant laquelle un contrat peut être annulé. Ce délai peut être contractuel ou légal.

• **Mentions obligatoires**³²

Il s'agit de dispositions ou d'informations qui doivent obligatoirement se trouver sur tout document à caractère juridique, notamment les contrats. Ces éléments peuvent être exigés par une loi.

• **Résiliation**

Extinction des effets d'un contrat au cours de son exécution.

• **Tableau d'amortissement**³³

Il s'agit d'un tableau qui chiffre les montants périodiques à payer par l'emprunteur afin de rembourser le crédit. Par échéance, le tableau indique les montants en capital et en intérêts qui doivent être payés à la banque ou à un autre créancier. Le tableau donne également un aperçu global des paiements convenus.

Notes de bas de page

1 Plus d'informations à ce sujet dans le numéro 26 des Echos du crédit et de l'endettement (avril-juin 2010), *Jeunes endettés, quelles conséquences pour les parents ?* ».

2 Sur la question de l'octroi et de l'usage des ouvertures de crédit par des personnes ayant des revenus modestes ou faibles, voyez également l'enquête réalisée en 2011 par le Réseau Financement Alternatif ASBL à la demande du SPF Programmation Intégration sociale. « *Les ouvertures de crédit : pour quoi faire ?* ».

3 Observatoire du Crédit et de l'Endettement, « *Le crédit et les jeunes* », octobre 2001.

4 Cornelis, I., Storms, B., *Jong zijn kost geld: een literatuurstudie naar financieel risicogedrag bij jongeren*, Cebud, 2012.

5 Kreetz D., Van der Schors A., Van der Burg D., « *Een onderzoek naar het financieel gedrag van studenten in het hoger onderwijs* », Nibud Studentenonderzoek 2011-2012.

6 Cornelis, I., Storms, B., *Jong zijn kost geld: een literatuurstudie naar financieel risicogedrag bij jongeren*, Centrum voor budgetadvies en onderzoek (CEBUD), Thomas More Hogeschool, Februari 2013.

7 Lendrevie, J., Lévy, J., *Mercator 11^e édition: Tout le marketing à l'ère numérique*, Dunod, Paris, 2014, pages 144 et suivantes.

8 Opcit, Cebud.

9 Illustration : <http://www.culturebanque.com/fidelisation-jeune-etudiant-offre-banque/>

- 10 Laubignat P., « Pourquoi le marketing émotionnel ne se limite pas à l'expérience client », Marketing émotionnel (en ligne), <http://marketingemotionnel.com/2014/09/11/pourquoi-le-marketing-emotionnel-ne-se-limite-pas-a-l-experience-client/>, consulté le 29/10/2015.
- Marie, F., « L'émotion la plus importante pour provoquer l'achat d'un produit », Le marketeur français (en ligne), <http://lemarketeurfrancais.com/vendre-avec-les-emotions-marketing/#ixzz3pyLK1cgH>, consulté le 29/10/2015.
- 11 Paris, F., « Le pouvoir émotionnel des promotions monétaires: un prix réduit, ce n'est pas qu'une question d'argent », (en ligne), http://www.researchgate.net/publication/273378910_Le_pouvoir_motionnel_des_promotions_monetaires_un_prix_rduit_ce_n%27est_pas_qu%27une_question_d%27argent, consulté le 29/10/2015.
- 12 Shampianier, K., Mazar, N., Ariely, D., Zero as a Special Price: The True Value of Free Products, Marketing science (en ligne), <http://people.duke.edu/~dandan/Papers/PI/zerofree.pdf>, consulté le 18/09/2015.
- 13 Lendrevie, J., De Baynast, A., *Publicitor, Communication 360° on line off line*, 2008, Paris, Dunod.
- 14 Brée, J., *Le comportement du consommateur*, 2ème édition, 2009, Paris, Dunod.
- 15 Illustration : le shopper selon de Léo Burnett, http://www.ladn.eu/actualites/quel-shopper-etes-vous_article.15002.html.
- 16 Illustration : <http://www.lsa-conso.fr/mediatheque/2/0/2/000022202.jpg>
- 17 « 15 pièges des grandes surfaces, et 10 règles d'or pour les éviter », Gagner ma vie (en ligne), <http://gagnermavie.com/15-pieges-des-grandes-surfaces-et-10-regles-dor-pour-les-eviter>, consulté le 29/10/2015.
- 18 Protection des consommateurs sur <http://economie.fgov.be>.
- 19 Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé, en abrégé INPES.
- 20 Amandine, « La publicité et les enfants », L'impact de la publicité sur nos choix (en ligne), <http://amandine.priez.over-blog.com/article-la-publicite-et-les-enfants-95147431.html>, consulté le 29/10/2015.
- 21 Pour accéder à la Banque Carrefour des Entreprises : http://economie.fgov.be/fr/modules/onlineservice/bce/bce_public_search_odi.jsp
- 22 Pour accéder au site Internet de la Sécurité sociale : www.socialsecurity.be
- 23 Exemples de grilles budgétaires sont disponibles : sur les sites des différents Centres de références wallons www.cdr-gils.be - www.creno.be - www.gaslux.be - www.medenam.be
- sur le Portail surendettement de la Région wallonne : <http://socialsante.wallonie.be/surendettement/>
- sur le site www.checkyourbudget.be
- 24 Tu peux obtenir des informations sur l'ensemble de ces procédures en consultant les sites des différents Centres de références wallons (www.cdr-gils.be - www.creno.be - www.gaslux.be - www.medenam.be) et celui du Centre d'Appui aux services de Médiation de Dettes (www.mediationdedettes.be).
- 25 Plus d'informations sur http://www.belgium.be/fr/justice/victime/plaintes_et_declarations/ombudsman/ et <http://www.ombudsman.be/fr>.
- 26 Plus d'informations sur http://economie.fgov.be/fr/litiges/litiges_consommation/Belmed/quoi/guide/RAL/#.U_XBUMV_tA0.
- 27 Plus d'informations sur www.economie.fgov.be.
- 28 Plus d'informations sur <https://www.nbb.be/fr/centrales-des-credits/la-centrale-des-credits-aux-particulier>.
- 29 Plus d'informations sur <http://www.lafinancepourtous.com/Vie-familiale-et-consommation/Se-porter-caution/Un-engagement-ecrit>.
- 30 Plus d'informations sur <http://www.becompta.be/dictionnaire/domiciliation-bancaire>.
- 31 Plus d'informations sur www.banque-info.com.
- 32 Plus d'informations sur www.linternaute.com.
- 33 Plus d'informations sur http://credit-conseil.be/credit_conseil_dico_dictionnaire_tableau_amortissement.html.

BESOIN D'AIDE POUR VOS PROBLÈMES FINANCIERS ?

Pour la Wallonie :

N° vert : 1718

La liste complète des services de médiation de dettes est consultable sur : www.observatoire-credit.be

Pour la Région Bruxelles-Capitale :

02/217.88.05

La liste complète des services de médiation de dettes est consultable sur : www.mediationdedettes.be

Pour la Communauté Flamande :

N° vert 0800/30.201 ou 02/553.34.39

La liste complète des services de médiation de dettes est consultable sur : www.eerstehulpbijschulden.be/contact

Pour en savoir plus...

Le site Internet de la **Journée sans crédit** (www.journeesanscredit.be) contient des informations utiles en matière de crédit et consommation, ainsi que tous les supports pédagogiques édités par la plate-forme.

Le site Internet du **Service Public Fédéral - Economie**, P.M.E., Classes moyennes et Energie (<http://economie.fgov.be>) regorge d'informations sur les droits des consommateurs.

Des exemples de **grilles budgétaires** sont disponibles :

- * sur les sites des différents Centres de références wallons : www.cdr-gils.be - www.creno.be - www.gaslux.be - www.medenam.be
- * sur le Portail surendettement de la Région wallonne : <http://socialsante.wallonie.be/surendettement/>
- * sur le site www.checkyourbudget.be

Pour toutes vos **questions d'argent** (épargne, assurances, pension, gestion budgétaire...) : voir www.wikifin.be

LA JOURNÉE SANS CRÉDIT, C'EST QUOI ?



Organisée par 30 associations francophones et néerlandophones, la Journée sans crédit a pour objectifs de sensibiliser les consommateurs aux dangers du crédit facile et de formuler des recommandations aux pouvoirs publics pour améliorer la protection des consommateurs les plus fragilisés.

L'information et la prévention du surendettement

Aujourd'hui, le crédit est devenu banal, "facile" et de plus en plus fréquemment utilisé sans que le consommateur en évalue correctement les conséquences. Les personnes en difficultés sont particulièrement vulnérables et font de plus en plus souvent appel aux ouvertures de crédit pour faire face à leurs besoins vitaux ou pour payer des factures en retard, créant une situation d'endettement permanent. Sensibiliser le public par rapport aux risques liés au crédit "facile" et plus particulièrement aux ouvertures de crédit nous semble d'autant plus pertinent qu'à l'approche des fêtes de fin d'année, les publicités pour le crédit à la consommation abondent.

La Journée sans crédit est axée sur l'information et sur la prévention du surendettement, par le biais d'animations, de supports d'informations, d'outils pédagogiques pour adultes et jeunes.

Notre équipe construit chaque année une campagne ludique pour sensibiliser le grand public aux dangers du crédit facile. Chaque campagne vise une problématique particulière relevée par le terrain.

Nous proposons également des animations de prévention en lien avec le crédit dans les écoles, entreprises, comités de quartier... Si vous êtes intéressés par une animation au sein de votre structure, n'hésitez pas à nous contacter.

L'interpellation des pouvoirs publics

La plateforme interpelle également les pouvoirs publics en vue de parvenir à une meilleure protection du consommateur et plus particulièrement du consommateur fragilisé. Nous insistons sur l'importance de veiller à ce que la législation belge actuelle soit respectée, voire améliorée sur certains aspects. La plate-forme formule une série de recommandations à ce sujet aux élus politiques.

Notre équipe de juristes suit avec attention la législation en matière de crédit à la consommation (protection des consommateurs, droits et devoirs des prêteurs...) et propose régulièrement des aménagements des lois existantes. Leur expertise se base sur leur pratique du terrain (rencontre avec la population, traitement de dossiers) et leur expérience en matière de médiation de dettes, de surendettement et d'endettement lié au crédit à la consommation.

Notre action 2015

« Trop beau pour être vrai », c'est le thème de la Journée sans crédit 2015. Dans le viseur, les offres mirobolantes et autres cadeaux soi-disant gratuits qui représentent de puissants déclencheurs de la fièvre acheteuse...

Le public-cible de cette campagne de sensibilisation ? Les 18-25 ans, vulnérables sur le plan socio-économique et proies faciles pour les publicitaires. Les chiffres de la Banque Nationale de Belgique montrent que l'endettement des jeunes adultes augmente et le risque de surendettement également. Les jeunes ont en effet plus de défauts de paiement en matière de crédit. Ils évaluent précisément le coût des choses qu'ils connaissent ou utilisent. Par contre, peu d'entre eux savent à combien s'élève le budget familial, la somme consacrée aux courses alimentaires ou encore le montant destiné aux charges de la maison (eau, gaz, électricité).

LA JOURNÉE SANS CRÉDIT, C'EST QUI ?

- ▶ **Equipes Populaires** (coordination de la Journée sans crédit)
Monique VAN DIEREN - 081/73.40.86 - www.equipespopulaires.be
- ▶ **Action sociale du Brabant Wallon**
Jessica GILLAIN - 067/21.36.23
- ▶ **Centre de Référence du Hainaut (CRéNO)**
Martine LEGRAIN - 064 /84.22.91 - www.creno.be
- ▶ **Centre d'Appui des médiateurs de dettes de la Région de Bxl-Capitale**
Anne DEFOSSEZ - 02 /217.88.05 - www.mediationdedettes.be
- ▶ **Forum bruxellois de lutte contre la pauvreté**
Nicolas DE KUYSSCHE - 02/600.55.66 - www.fblp.be
- ▶ **Groupe Action Surendettement (GAS)**
Cécile RECIPUTTI 063/60.20.86 - www.gaslux.be
- ▶ **Centre de référence en médiation de dettes** - Namur (MEDENAM)
Marie VANDENBROECK - 081/23.08.28 - www.medenam.be
- ▶ **Réseau Financité**
Rosa STUCKI - 02/225.44.61 - www.financite.be
- ▶ **Réseau Wallon de lutte contre la pauvreté**
Pierre DOYEN - 081/31.21.17 - www.rwlp.be
- ▶ **Groupe d'Initiative pour la Lutte contre le Surendettement (GILS)**
Fabienne JAMAIGNE - 04/246.52.14 - www.cdr-gils.be
- ▶ **Fédération des services sociaux bruxellois**
Johanne TILMAN - 02/526 03 00 - www.fdss.be
- ▶ **Csc/Acv**
Kadija KOURCHKA - 02/246.31.11 - www.csc-en-ligne.be
- ▶ **Fgtb/Abvv**
Sébastien STORME - 02/506.82.11 - www.fgtb.be
- ▶ **Jeunesse ouvrière chrétienne (Joc)**
Slim ESSAKER - 02/513.79.12 - www.joc.be
- ▶ **Réseau belge de lutte contre la pauvreté**
02/265.01.54 - www.bapn.be

Coordination de la Journée sans crédit en Flandre :

Vlaams Centrum Schuldenlast (VCS) - Mohamed EL OMARI
02/211.55.74 - www.vlaamscentrumschuldenlast.be

- ▶ Liste des associations néerlandophones membres de la plateforme :
voir www.dagzonderkrediet.be

ÊTES-VOUS SÛR D'AVOIR LE BON COMPTE D'ÉPARGNE ?

Vérifiez avec le simulateur de comptes d'épargne Wikifin.be



wikifin.be
pour vos questions d'argent
indépendant • fiable • pratique

Wikifin.be est une initiative des pouvoirs publics





Consommer est devenu une manière à la fois d'échanger, de communiquer et d'interagir en société. Porter des vêtements ou des accessoires de marque, le dernier parfum à la mode, posséder le dernier Smartphone, la dernière tablette, manger tel ou tel produit, se déplacer dans une voiture de telle ou telle marque sont devenus autant de manières de communiquer une image de soi aux autres, de faire partie de la société.

Parallèlement, le recours au crédit est banalisé et permet aux consommateurs de se procurer les biens et les loisirs qui les rapprocheront du statut social convoité. Les jeunes, bien avant 18 ans, sont les premières cibles de ce processus.

A travers cette brochure, la plateforme Journée sans crédit désire te conseiller et t'accompagner dans tes premiers pas en tant que consommateur en mettant à ta disposition des informations utiles à la bonne compréhension du monde dans lequel tu évolues.



Brochure gratuite sous réserve de disponibilité des stocks.
Ed. resp.: M. Van Dieren - Equipes Populaires, 8 rue du Lombard 5000 Namur