

# Ces héros des rayons qu'on verra à la récré

## LES CLÉS DE LA RENTRÉE

Conso, cours philosophiques, argent, excellence... Chaque jour, jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre, « Le Soir » se penche sur un des grands défis de l'école francophone.

- ▶ A l'approche du 1<sup>er</sup> septembre, c'est la ruée vers les fournitures scolaires dans les grands magasins.
- ▶ « Les Minions », « Violetta » et « La Reine des neiges » se profilent comme les stars de la rentrée.
- ▶ Les trolleys et les sacs en bandoulière aussi.

**P**lus qu'une semaine et c'est la rentrée des classes. C'est donc la dernière ligne droite dans la course aux fournitures scolaires qui ont pourtant envahi les rayons et les étalages depuis la fin du mois de juin. « On voit déjà des parents qui viennent faire les premiers achats avant les vacances d'été », note Baptise Van Outryve, porte-parole des magasins Carrefour.

Du côté de Delhaize, Florence Maniquet, porte-parole, confirme cette tendance des consommateurs à déjà parcourir les rayons deux mois avant le 1<sup>er</sup> septembre.

Les deux grandes enseignes s'accordent aussi à constater que la période d'affluence, c'est maintenant. « On remarque depuis deux ou trois ans que de nombreux parents viennent faire tous leurs achats à la dernière minute », souligne Nathalie Roisin, porte-parole de la chaîne Colruyt. En cause, les promotions qu'affiche la grande distribution : des « 1 + 1 gratuit » par-ci et des « - 20 % à l'achat de deux produits » par-là.

### Les héros pour les garçons

Le menu de ces courses est varié, mais des tendances se dégagent. Côté marques, c'est le même son de cloche pour les trois enseignes : les produits sous licence font fureur.

Les garçons se montrent friands de matériel orné de Minions, de personnage de Star Wars et autres super héros, tandis que les filles demandent à leurs parents d'acheter des fournitures aux couleurs de *La Reine des Neiges* ou encore de « Violetta ».

« Les enfants sont très influencés par les films et les dessins animés à succès », affirme Baptise Van Outryve.

### Les parents ne cèdent pas

Cependant, dans les magasins Carrefour comme Delhaize, on confirme la tendance des parents à ne pas céder à la pression des marques pour tout le matériel nécessaire. Florence Maniquet précise que le consommateur fait attention à son portefeuille : « Si les parents achètent un cartable ou un plumier d'une marque sous licence, ils se dirigeront vers des produits de la marque

Delhaize pour les fardes et autres cahiers, par exemple. »

Du côté des fournitures en elles-mêmes, le cartable semble toujours constituer un accessoire emblématique. « C'est ce qu'on voit le plus », explique le porte-parole de Carrefour. Du coup, les enfants sont plus enclins à demander un cartable à la mode, au détriment des classeurs et bics, du matériel plus standardisé. Chez Delhaize, Nathalie Roisin explique que le cartable représente le produit phare, à tel point qu'il se décline sous plusieurs formes. « On a le trolley qui plaît énormément. Il est plus pratique quand on doit transporter beaucoup de choses. » Mais le cartable s'adapte aussi au genre : ainsi, les jeunes filles sont assez friandes de sacs de cours en bandoulière, « qui donnent un autre style », ajoute la porte-parole de Delhaize.

Il reste encore quelques jours aux parents pour remplir leur premier devoir de la rentrée. Mais il s'agit de faire ces achats en toute connaissance de cause : l'an prochain, toutes ces tendances seront peut-être complètement ringardes. ■

VALENTINE ANTOINE

## ASTUCES

### La rentrée scolaire est chère, voici comment alléger vos dépenses

En Belgique, l'enseignement est obligatoire et loin d'être gratuit. Entre les fournitures scolaires, les tenues de sport et les goûters, le budget s'alourdit au fur et à mesure de l'année. Dans sa toute récente enquête sur les coûts de scolarité, la Ligue des familles relève et déplore des dépenses annuelles s'élevant en moyenne à 929 € pour les élèves du primaire et 189 € euros pour les petits de maternelles. Dur pour les parents, en particulier ceux qui connaissent des difficultés financières. C'est une des raisons pour lesquelles la Ligue des familles appelle à « la gratuité pleine et entière de l'école ». On en est encore loin... En attendant, il est possible d'alléger son budget grâce à quelques astuces.

**1. Regroupez-vous** afin d'acheter du matériel scolaire à vos enfants. Les achats groupés en collaboration avec d'autres parents ou avec l'école permettent entre autres de bénéficier de prix avantageux après des fournisseurs et ainsi de réduire la facture globale.

**2. Utilisez vos éco-chèques.** En effet, ils servent à payer des crayons de couleurs labellisés FSC (Conseil de soutien de la forêt) ou PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières), des ordinateurs portables ecolabellisés, ainsi que des vêtements, des livres et des meubles de seconde main.

**3. Privilégiez le recyclage.** Pourquoi racheter tout le matériel si celui de l'an passé est réutilisable ? Il est fortement conseillé de recouvrir ou de plastifier le matériel scolaire. Les fardes et les cahiers peuvent ainsi être réutilisés pendant plusieurs années.

**4. Achetez en seconde main.** Il existe des magasins spécialisés et des sites internet tels que 2ememain.be qui propose des prix attractifs pour les livres ou le matériel scolaire. Un bon moyen de soulager votre portefeuille.

**5. Débusquez les frais illégaux.** Dans la liste des fournitures scolaires de primaire, la Ligue des familles a constaté des frais illégaux. Par exemple, le journal de classe ne doit pas être fourni par les parents. Les coûts administratifs, les frais de délivrance des diplômes, les photocopies et l'achat de prêt de livres scolaires complètent la liste des frais interdits.

SARAH VERLAINE (ST.)

## politique Madrane et Milquet c e et Milquet contre le décrochage

Quinze mille « signalements » à l'inspection pour absentéisme scolaire récurrent, près de 4.500 adolescents non inscrits dans l'enseignement obligatoire... Les chiffres du décrochage scolaire sont édifiants. Ils sont édifiants mais ils varient fortement en fonction du sexe, de la filière ou des sous-régions. On sait par exemple qu'il concerne d'abord les garçons, on sait aussi qu'il touche essentiellement l'enseignement qualifiant, on sait enfin qu'il frappe durement Bruxelles, Liège et le Hainaut. « Or, assurent la ministre de l'Enseignement Joëlle Milquet, et le ministre de l'Aide à la jeunesse Rachid Madrane, le décrochage scolaire marque souvent le risque de basculement vers d'autres difficultés. » Si on ajoute au constat que « les enfants issus de familles à indice socio-économique faible décrochent plus facilement », on perçoit d'emblée le cœur du problème. Que peuvent la ministre de l'Enseignement et son collègue de l'Aide à la jeunesse? Seuls, pas grand-chose. « Quand un jeune est à l'école, c'est théoriquement mon problème, mais quand il est sur le trottoir d'en face c'est celui de Rachid Madrane, résume Joëlle Milquet. Or, c'est le même jeune. » Et c'est désormais des politiques décloisonnées qui vont les prendre en charge. Le Fonds social européen va venir doper des budgets existants pour traiter le problème du décrochage scolaire comme

un tout entre vie familiale, vie sociale et parcours scolaire. Aussi, les deux ministres viennent de lancer un appel à projets vers les établissements scolaires et les acteurs de l'aide à la jeunesse. Il cible prioritairement les provinces de Liège, du Hainaut et de Bruxelles-Capitale, avec à la clef plus de 15 millions d'euros. Détails.

**1 Accrojum.** Les projets soutiennent les partenariats entre minimum trois écoles afin de renforcer les équipes éducatives dans la prévention du décrochage. On vise l'engagement de personnels qui mettront en place des « actions concrètes, novatrices, à destination des jeunes identifiés comme pré-décrocheurs ». On cherche à lui faire découvrir le monde du travail, à lui offrir un encadrement pédagogique, un coaching personnalisé...

**2 Accord école-aide à la jeunesse.** Même philosophie mais partenaires différents ici : les écoles (minimum deux) doivent s'entendre avec leurs centres PMS et au minimum un acteur reconnu par la jeunesse pour mettre en place des « méthodes

innovantes de prévention du décrochage scolaire ». On ratisse large ici puisque l'opération concerne tout autant les parents que l'école ou les lieux de socialisation du jeune (une maison de quartier). On cherche notamment à résoudre les problèmes de décrochage par un apprentissage adapté de la langue de l'enseignement (le français) pour les primo-arrivants. Des exemples? Un travail sur la création d'un JT fictif, une opération de sensibilisation personnalisée des parents, une réorganisation de la cour de récréation...

**3 L'action bruxelloise « garantie jeunesse ».** Si les deux premiers dossiers sont accessibles aux écoles de Bruxelles, Hainaut et Liège, celui-ci est réservé à la région de Bruxelles-Capitale. Il s'agit ici d'identifier très rapidement les jeunes officiellement en décrochage scolaire (qui cumulent 20,5 demi-jours

d'absence injustifiée ou sortis sans certification) pour leur proposer - dans un délai de maximum 4 mois - un apprentissage, un stage, une formation continue voire - on peut rêver - un emploi en bonne et due forme. Ici aussi on associe écoles, centre PMS et partenaires de l'aide à la jeunesse.

**4 Education à la citoyenneté.** Si le décrochage concerne prioritairement les trois régions précitées, les autres provinces (Brabant wallon, Namur et Luxembourg) sont visées par un appel à projets - plus modeste puisqu'il est doté de 500.000 euros - conservant le même esprit.

**5 Délais.** Les écoles et partenaires de terrain ont jusqu'au 21 septembre pour déposer leurs demandes. Un jury désignera les lauréats avant fin octobre pour un démarrage dès le 1<sup>er</sup> novembre. Les projets ont une durée de deux ans renouvelables.

Détail qui n'a rien d'anodin, une attention sera portée aux projets ciblant l'exclusion scolaire (les renvois d'établissement). « On sait, dit Joëlle Milquet, que les jeunes exclus ont un risque 50 % plus élevé de décrochage. » Pour eux, comme pour tous les jeunes en décrochage, la question n'est pas ici de les mater mais de « travailler avec eux l'estime de soi, la motivation, la discipline, le respect... de revoir en fait avec eux toute une série d'éléments restructurants ». ■

ÉRIC BURGRAFF

## au magasin « Pas que des marques »

REPORTAGE

La matinée est déjà bien entamée et les rayons « back to school » du grand magasin Cora d'Anderlecht ne cessent d'être foulés par des parents et leurs enfants. Pas moins de treize allées sont consacrées à la rentrée scolaire : cartables, classeurs, cahiers, marqueurs, plumiers ou encore calculatrices. Le paradis pour les gamins, mais pas forcément pour papa et maman.

Autour de nous, une dizaine d'autres parents s'affaire, prend des articles, les remet en place ou les jette dans le chariot. Tous ont une liste à la main, celle des four-

nitures scolaires imposées par les écoles. Au fur et à mesure, ils barrent des articles sur la feuille et poursuivent leur marathon dans les rayons. « Vous avez vu tout ce qu'il y a à acheter », se plaint Christiane en montrant la longue liste de sa petite-fille. La grand-mère poursuit : « Ce n'est pas évident au niveau du budget, surtout quand les enfants veulent telle ou telle marque. »

**Surveiller le portefeuille**

Dans l'allée d'à côté, une gamine montre un sac rose à sa maman. « Je veux ça », lance-t-elle à sa mère intransigeante : « Non,

on ne prend pas ça. » Cindy, entourée de ses quatre enfants, passe un peu au hasard dans ces rayons. « J'ai déjà fait les achats pour la rentrée, mais je regarde encore, au cas où on aurait oublié quelque chose », explique-t-elle. Pas facile de faire plaisir aux enfants ; il faut avant tout surveiller le portefeuille. La plus grande des filles assure préférer le matériel « aux couleurs des pays et villes, comme la thématique New York ». La plus petite dit : « Moi, j'aime Violetta ! », héroïne d'une série Disney.

Des goûts et envies précis, que tous les parents ne peuvent pas

satisfaire, comme Anouar, papa d'un garçon de 12 ans : « La liste du matériel à acheter est conséquente, je ne peux pas me permettre de n'acheter que des marques. » Pour la rentrée des classes, le père prévoit toujours un budget à ne pas dépasser. Il avoue tout de même : « Comme mon fils travaille très bien à l'école, je lui achète au moins un beau cartable, celui qu'il souhaite. » Pour tout le reste, Anouar fait ses achats dans plusieurs grandes surfaces, pour être sûr de trouver ce qu'il faut au meilleur prix. ■

V.An.

## marketing Céder avec raison

Mais pourquoi insistent-ils autant pour qu'on leur paye tel cartable ou telle trousse ? « Pour les petits de maternelle, ces produits s'inscrivent dans des jeux symboliques et servent de soutien à leur imagination », explique Isabelle Roskam, psychologue à la faculté des sciences psychologiques de l'UCL. Les enfants en âge d'école primaire, quant à eux, s'identifient aux personnages et à leurs valeurs pour renforcer leur propre image. Regardez ces jeunes garçons qui se croient les rois de la récré en imitant leurs super-héros favoris. »

Pour les ados, on entre sur un terrain bien connu des adultes. « Notre consommation de biens matériels constitue un langage pour communiquer avec notre entourage, rappelle Alexandra Balikdjan, psychologue de la consommation à l'ULB. Dans le cas des fournitures scolaires, on note des achats davantage statutaires que fonctionnels. Ces objets servent d'outils pour se conformer aux codes d'un groupe social. » Ces marqueurs sociaux

tiennent fort à cœur de nombreux jeunes. « S'ils collent aux codes du moment, leur sac et leurs vêtements permettent aux (pré-)ados d'être repérés et désirés par certains groupes », décrypte Isabelle Roskam. Sans ces objets, des élèves sont d'emblée rejetés, sans même pouvoir faire valoir leurs atouts personnels. »

**« Il faut faire comprendre aux ados que les signes extérieurs ne sont pas primordiaux »** ISABELLE ROSKAM, UCL

Les parents devraient-ils dès lors céder à la pression de la mode et aux demandes parfois très insistantes de leurs petits, ces grands prescripteurs d'achat ? « Nous le leur déconseillons et nous les appelons même à la vigilance, notamment en leur conseillant d'effectuer les courses de la rentrée scolaire sans leurs enfants ou de recourir à des achats groupés via les associations de parents, déclare Nicolas Doncq, chargé de communica-

tion à la Ligue des familles. Si de grands groupes commerciaux déploient leur arsenal marketing, les parents doivent pouvoir garder le choix d'y résister. »

Mais la résistance totale est-elle vraiment tenable, voire souhaitable ? Isabelle Roskam appelle à une attitude parentale mesurée : « Ne nions pas que les héros et les princesses font partie de l'univers créatif des enfants. Mais ceux-ci ne peuvent pas faire semblant tout le temps. Il s'agit de cadrer le développement de leur imaginaire, ainsi que l'achat des produits qu'ils réclament. Quant aux ados, il faut leur faire comprendre que les signes extérieurs ne sont pas primordiaux, tout en leur épargnant une marginalisation. » Il convient donc de céder sur l'un ou l'autre article, sans pour autant transformer les jeunes en porte-étendard des marques tendance. Ce ne serait rendre service ni aux principaux intéressés ni aux finances de leurs parents. ■

JULIEN BOSSELER