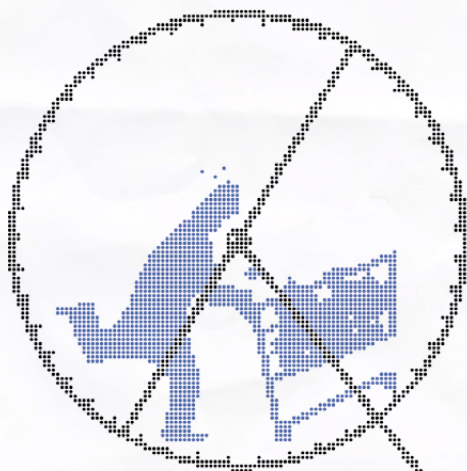


!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! CONSUMM'ACTION RELOADED !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



RELOADED

# Consumm'Action

Je consomme, donc je suis?

\*\*\* Aide à l'enfance de l'Inde \*\*\*  
\*\*\* Caritas Luxembourg \*\*\*  
\*\*\* Croix-Rouge luxembourgeoise \*\*\*  
\*\*\* Fairtrade Lëtzebuerg \*\*\*  
\*\*\* Fondation Bridderlech Deelen \*\*\*  
\*\*\* SOS Faim Luxembourg \*\*\*  
avec l'appui de:  
\*\*\* Centre d'Information Tiers Monde \*\*\*



# Une campagne sur la consommation responsable

---

- > Dans une société où la consommation est indispensable et inévitable, le rôle du consommateur dépasse plus que jamais le simple acte d'achat. Dépenser de l'argent, c'est détenir un pouvoir et des responsabilités qui peuvent influencer les équilibres sociaux, économiques, culturels et environnementaux à l'échelle planétaire.

Pour répondre à ces défis, les consommateurs sont appelés à devenir des acteurs. Encore rare sont ceux qui en font le choix « consciemment ». Nos habitudes sont très résistantes au changement, parce qu'elles ont pour fonction principale de nous simplifier la vie. Pourtant le défi est lancé : il faut comprendre les effets de nos actes quotidiens dans le monde pour changer nos mentalités et nos habitudes.

A cet effet, un groupe composé d'organisations non-gouvernementales de développement (ONGD) a décidé de lancer une deuxième édition de la campagne « Consomm'Action » initiée en 2009. Comme son prédécesseur, « Consomm'Action Reloaded » est une campagne de sensibilisation dans les lycées. A travers des ateliers pédagogiques, les élèves sont amenés à réfléchir sur notre mode de consommation et ses conséquences, pour ensuite trouver des pistes d'action alternatives.

---

# Objectifs de la campagne

---

La finalité de la campagne est d'amener les jeunes à devenir des consommateurs plus responsables en prenant conscience :

- > Des liens de la production et de la consommation et les impacts au niveau économique, social et environnemental ;
- > Des inégalités du commerce international ;
- > De la responsabilité du consommateur dans la chaîne de production ;
- > De leurs possibilités d'action en tant que consommateurs au Luxembourg.

---

# Les ateliers

---

Les ateliers s'adressent aux classes de 10<sup>e</sup>/4<sup>e</sup> à 13<sup>e</sup>/1<sup>e</sup> du secondaire.

- > Toute intervention se compose d'une **introduction** indispensable, d'une durée de **100 minutes**, et de différents **ateliers (100 minutes)** avec des sujets d'actualité ainsi que proche de la réalité des jeunes au Luxembourg. Le choix des ateliers est flexible et se fait selon l'intérêt des élèves et de l'enseignant et de la disponibilité des animateurs. Différentes techniques d'animations sont utilisées au cours des ateliers pour inciter les élèves à participer de façon active et à trouver des pistes d'action.

# Les ateliers

---

## > Introduction : Consomm'Action Reloaded

Dans cette séance d'introduction, nous jetons un regard sur notre mode de (sur-)consommation. En partant de leurs propres habitudes, les élèves découvrent les aspects de notre culture de consommation et reçoivent un aperçu sur ses conséquences environnementales, sociales, et planétaires. Dans ce contexte, le concept de l'empreinte écologique est introduit, qui nous aide à mieux comprendre les conséquences de la consommation humaine.

---

## > Fashion victims?!

«On aime ce qu'on met» - après une réflexion sur l'importance croissante de l'habillement parmi les jeunes, le groupe jettera un coup d'œil dans les coulisses de la production de vêtements, sur les conditions de travail dans l'industrie textile et sur des pistes pour une consommation alternative. La «fair fashion» existe-t-elle?

---

## > «À table! Du champ à l'assiette»

L'animation porte sur la sensibilisation au mode de consommation et à la prise de conscience des inégalités d'accès à la nourriture dans le monde. Le but est de développer le sens critique des élèves vis-à-vis de la consommation et des messages publicitaires véhiculés par les médias et de les sensibiliser aux répercussions des pratiques de consommation dont les inégalités nord/sud et l'exploitation des ressources humaines et environnementales sont des conséquences directes.

A travers diverses activités ludiques et pédagogiques, il sera montré aux élèves le lien entre la production et la consommation, ainsi que le rôle à jouer en tant que consommateur responsable dans le quotidien au Luxembourg à travers de petits actes.

-----

> Fast Food -  
I'm loving it?

Après un petit historique sur la restauration rapide, nous partons de différents produits pour rechercher leurs origines et analyser leur mode de production. Est-ce là vraiment «tout ce que j'aime»?

-----

> Ça n'est pas affiché  
sur mon GSM!

Le GSM facilite la communication au Nord, au Sud et entre les deux. Une composante essentielle de tous les téléphones mobiles est le coltan, une matière première rare dont l'extraction alimente des conflits armés. Quelles sont les alternatives proposées?

-----

> Fairtrade -  
without any bitter aftertaste

D'où proviennent nos produits? Quels sont les visages, quelles sont les histoires qui se cachent derrière ces produits? Pourquoi faut-il un commerce équitable? Que signifie exactement la notion de «commerce équitable», quels en sont les critères? Comment chacun d'entre nous peut y contribuer? Voici les questions auxquelles cet atelier essaie de répondre de façon interactive avec les élèves. Venez à la découverte des réponses!

---

## > Le coton - l'or blanc du monde

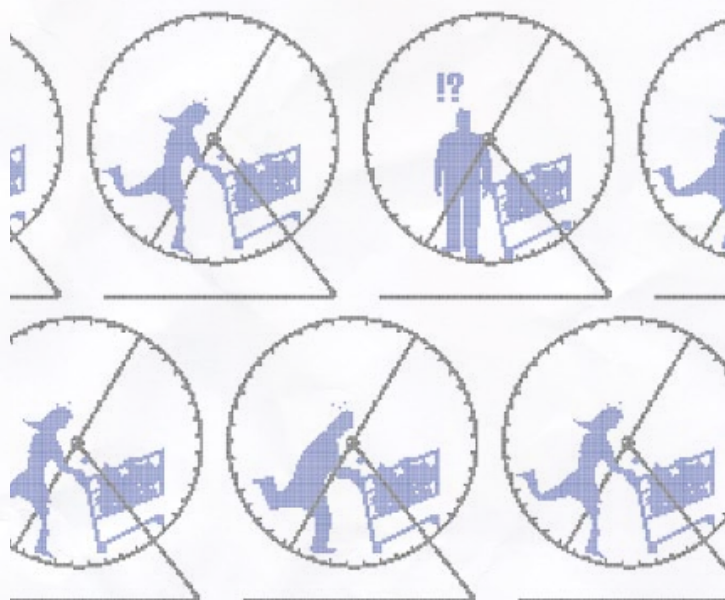
Première fibre textile du monde, le coton cache aussi d'autres réalités: conditions difficiles de travail pour les cultivateurs, travail des enfants, pesticides et fertilisants chimiques, surendettement, organisme génétiquement modifié, concurrence déloyale de certains pays du Nord..

Durant l'atelier, nous abordons des pistes de réflexion face à ces problèmes, et nous nous interrogeons sur notre propre rôle.

---

### Langue d'intervention:

Les ateliers sont animés en **langues luxembourgeoise/allemande**. Les outils utilisés (p.ex. film) peuvent être en allemand, français ou anglais. L'allemand ou le français est possible pour certains ateliers, mais seulement en concertation avec les animateurs.



# Infos pratiques

## > Inscription :

Les inscriptions peuvent se faire dès à présent.

Pour plus d'informations, vous pouvez nous joindre sur [consommaction.reloaded@gmail.com](mailto:consommaction.reloaded@gmail.com) ou contacter directement la coordinatrice du groupe Béatrice Winandy au 661 49 30 24.

## > Pour aller plus loin :

En dehors des ateliers, les sujets se prêtent aussi à accompagner d'autres formes de travail (portfolios, projets 12°, projets d'établissement, etc.). Pour plus d'informations, nous sommes à votre disposition. N'hésitez pas à nous contacter en cas d'intérêt.

## > Les animateurs : Qui sommes-nous ?

### \* Aide à l'enfance de l'Inde

Joé Geisbusch  
Tél. : 47 21 55  
[aeilux@pt.lu](mailto:aeilux@pt.lu)

### \* Caritas Luxembourg

Julia Georgi  
Tél. : 40 21 31 519  
[julia.georgi@caritas.lu](mailto:julia.georgi@caritas.lu)

### \* Croix-Rouge

luxembourgeoise  
Béatrice Winandy  
Tél. : 27 55 81 02  
[beatrice.winandy@croix-rouge.lu](mailto:beatrice.winandy@croix-rouge.lu)



- \* Fairtrade Lëtzebuerg  
Anne-Marie Kerger  
Tél. : 35 07 62 25  
anne-marie.kerger@fairtrade.lu
- \* Fondation Bridderlech Deelen  
Sophie-Anne Schaul  
Tél. : 26 842-650  
sophie.schaul@cathol.lu
- \* SOS Faim Luxembourg  
Tél. : 49 09 96  
info-luxembourg@sosfaim.org

Avec l'appui de:

- \* Centre d'Information  
Tiers Monde  
Jacqueline Rippert  
Tél. : 400 427 31  
citim@astm.lu



\*\*\* MERCI POUR VOTRE INTÉRÊT \*\*\*  
ET À BIENTÔT !