

SOS

mon ado veut tout comme ses copains

« Tout le monde en a un sauf moi ! » Les parents d'adolescent ont tous entendu cette phrase. Entre lui faire plaisir et le sensibiliser à une consommation responsable, quelle attitude adopter ? Quelles limites poser ? Découvrez les conseils d'experts.

« Je veux une paire de Nike, les baskets Decathlon, c'est trop la honte ». « Tous mes copains ont une console Switch sauf moi ». Si vous avez un enfant en fin de primaire, au collège ou au lycée, vous connaissez forcément cette ritournelle. À cet âge, ils veulent tous des vêtements et accessoires de marque. Nous aussi, à la même époque, nous étions prêts à tout pour une paire de Dr Martens. La différence ? Il y a vingt ans ou trente ans, les réseaux sociaux et les « influenceurs n'existaient pas ». Et les services marketing des grandes entreprises

étaient moins efficaces pour atteindre les adolescents. Voilà pourquoi la pression sur les jeunes d'aujourd'hui est plus importante et que les parents ont un vrai rôle à jouer... Valérie Halfon, conseillère en gestion de budget et autrice de *Tout le monde en a un sauf moi !* (Albin Michel, 2019), Ombeline Hoor, naturopathe et consultante, autrice de *J'achète moins, je vis mieux* (Jouvence, 2016) et Marie Lefèvre, blogueuse et coautrice de *J'arrête de surconsommer* (Eyrolles, 2017) nous livrent leurs conseils pour ouvrir les yeux de nos enfants.

L'éternel besoin d'appartenance

L'adolescence est une période des plus délicates. Plus vraiment un bébé, pas encore une adulte, le jeune est souvent mal à l'aise. Et les marques en profitent. « Elles jouent sur cette insécurité pour leur vendre de l'estime de soi, dénonce Valérie Halfon. Aujourd'hui,

NIKADU/GETTYIMAGES



de nombreux ados vouent une dévotion à l'apparence. Il leur faut absolument posséder les baskets de telle star à plusieurs centaines d'euros, il leur faut être minces, lookés... Et ça peut virer au cauchemar pour les parents qui ont du mal à arbitrer. » Ombeline Hoor rappelle également que « durant

ces années, les enfants développent un fort besoin d'appartenance, ils cherchent à être acceptés par les autres, à faire partie d'une bande et cela peut passer par les vêtements et les accessoires ». Difficile en tant que parents de s'y opposer, si l'on sent que c'est vraiment primordial pour

lui. Mais il ne faut pas céder pour autant à toutes les demandes...

Le poids des réseaux sociaux

Aujourd'hui, les jeunes sont particulièrement sollicités sur internet. Sur les réseaux sociaux, ils sont vulnérables aux discours des « influenceurs ». Avec des vidéos, des ...

... tutos, des articles, ces nouveaux leaders d'opinion se mettent en scène afin de partager leur expérience. « Cette génération qui ne fréquente plus les anciens médias accorde sa confiance à des gens qui lui ressemblent, dont elle pense que la vie est similaire à la leur et qui fait quasiment partie de son quotidien », analyse Nicolas Borgis, Managing Director d'Emakina, une agence de communication digitale. Résultat, 42 % des 18-24 ans* déclarent avoir acheté un produit sur les conseils d'un influenceur. Les moins de 18 ans sont aussi touchés : 43 % d'entre

« Les jeunes regardent des vidéos sur Youtube sans réaliser que leurs auteurs ne sont pas neutres »

eux ont déjà réclamé à leurs parents un produit parce qu'il est recommandé par le même biais. Prenez donc le soin de leur expliquer que les « conseils » des influenceurs sont de la publicité déguisée : s'il vante les mérites d'un objet ou d'un service, c'est parce qu'il a été payé ou invité. « Les jeunes regardent des vidéos sur Youtube sans réaliser que leurs auteurs ne sont pas neutres, ce ne sont pas des émissions comme à la télévision mais de véritables mises en scène, avec des placements de produits, assure Valérie Halfon. Autre conséquence : ceux qui les visionnent trouvent leur quotidien bien fade comparé à celui des influenceurs qui voyagent, reçoivent des cadeaux, sont invités partout... Mais ce n'est pas la vie réelle ! » Voilà pourquoi il est important de regarder avec vos ados leurs programmes et les aider à les décrypter et à prendre du recul.



Révéler les coulisses

Pour faire comprendre aux jeunes les conséquences de la surconsommation, vous pouvez également leur révéler les dessous de la fabrication de leurs produits préférés.

Qui travaillent dans les usines situées au Vietnam ou en Chine d'où sortent leurs vêtements et produits high-tech ? Et dans quelles conditions ? Que cache un prix très bas, comme un T-shirt ven-

du 5 € en France ? Savent-ils que sur le montant total d'une paire de basket seul 0,4 % revient aux ouvriers ? Il existe des reportages et des sites internet très bien faits sur ce thème comme ethique-sur-etiquette.org, n'hésitez pas à les parcourir en famille. Les conséquences sur l'environnement doivent également leur être détaillées : le plastique, les teintures, le coton, l'acheminement par bateau... Tout cela a un coût pour la planète ! De quoi éveiller leur sens critique : un achat n'est jamais neutre.

Dévoiler les ficelles du marketing

Les enfants d'aujourd'hui sont poussés à la consommation car ils sont des cibles privilégiées. « Toute une machinerie orchestrée par les services marketing des grands groupes de la mode, de l'agroalimentaire, du numérique, les incitent à acheter, dénonce Valérie Halfon. Encouragées par leurs actionnaires, les entreprises, pour faire plus de profits, sont dans l'obligation de trouver de nouveaux clients. Les enfants ne possédant pas la maturité cognitive pour prendre du recul face à des techniques de plus en plus redoutables, ils représentent une cible idéale. » Apprenez à vos enfants que cette publicité qui surgit n'est pas là par hasard : des algorithmes ont analysé son profil et lui proposent des achats en rapport. Que dans les magasins, les produits sont disposés de telle façon qu'ils poussent à la consommation. Que « l'obsolescence programmée » nous pousse à acheter de nouveaux produits avant leur usure réelle... Au courant des différentes techniques mises en place, il tombera moins vite dans le panneau.

FLUSE/GETTY/IMAGES

PRIVILÉGIER LES MOMENTS HORS CONSOMMATION

Pour leur prouver que la consommation n'est pas tout, vous pouvez miser sur des moments loin des achats, leur montrer que ce qui compte c'est « être », « faire » et non « posséder ». Pourquoi ne pas aller vous balader en famille, organiser une soirée cinéma dans le salon, cuisiner tous ensemble, aller à la bibliothèque... Essayez autant que possible de leur apprendre des valeurs comme l'entraide, la solidarité : récolter des jouets pour des enfants défavorisés, des fournitures scolaires pour des pays en voie de développement... De développer leur altruisme et leur confiance en eux !

Miser sur l'occasion

Bonne nouvelle : contrairement à notre époque, aujourd'hui le marché de l'occasion a explosé. Plus besoin de se rendre dans une friperie pour dénicher un jean « vintage » : les sites internet et les applications, leur permettent de trouver des vêtements de seconde main à prix tout doux et en quelques clics. « Même pour les smartphones ou les tablettes, il est désormais possible d'acquérir des produits de seconde main, reconditionnés, sur des sites comme Blackmarket, Remade, ou

Il ne faut pas hésiter à lui dévoiler votre salaire, le montant de votre loyer, pour qu'il comprenne la notion de budget

Recommerce, se réjouit Ombeline Haar. Garanties 100 % fonctionnels, ils sont vendus entre 30 et 50 % moins cher que des appareils neufs, en fonction de leur état général. » Leur apprendre à chercher sur le marché de l'occasion plutôt que de se rendre systématiquement en magasin, c'est un excellent réflexe pour éviter la surconsommation.

Les responsabiliser sur le plan financier

À partir de 10 ans, les enfants sont en âge de comprendre qu'un budget n'est pas extensible. « Il ne faut pas les angosser, en leur disant

qu'on est juste côté finance mais leur faire réaliser que l'argent n'est pas un puits sans fond et que dépenser, c'est faire des choix, indique Marie Lefèvre. Par exemple, si on lui achète des baskets à 120 €, il n'est pas possible de prendre le jean qui coûte le même prix. » Il ne faut pas hésiter à lui dévoiler votre salaire, le montant de votre loyer, pour qu'il comprenne la notion de budget et qu'il se familiarise avec les problématiques financières. Autre solution : lui donner de l'argent de poche. « Si vous lui donnez 40 € par mois, il peut s'acheter ses vêtements par exemple, ajoute Marie Lefèvre, cela lui donnera de l'autonomie et lui apprendra à gérer un budget. » Les responsabiliser, c'est aussi les encourager à prendre soin de leurs affaires. En étant précautionneux, soigneux, ils leur permettront de durer plus longtemps et pourquoi pas de les revendre...

Montrer les bonnes pratiques

Rien ne sert de tenir de grands discours, si vous ne montrez pas vous-même le bon exemple. Si vous vous ruez dans les magasins chaque samedi, que vous changez de téléphone à chaque nouveau modèle, vous serez difficilement crédible. Faites leur plutôt découvrir des marques responsables, éthiques et expliquez leur leurs engagements. Ils découvriront que d'autres façons de faire sont possibles. ●

* Obsconso, L'impact des influenceurs sur les comportements de consommation, septembre 2018