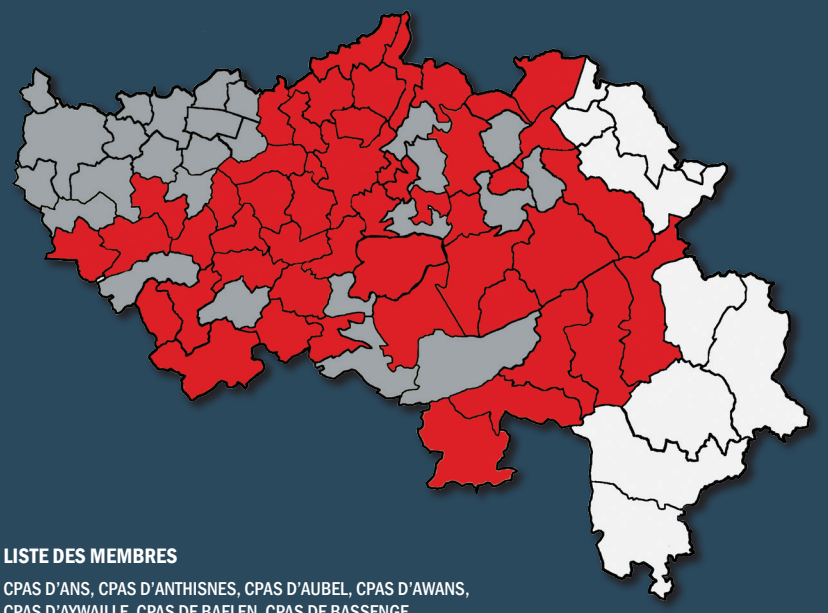
gilsi

Centre de référence
en médiation de dettes

ANIMATIONS & FORMATIONS

UNIS CONTRE LE SURENDETTEMENT



LISTE DES MEMBRES

CPAS D'ANS, CPAS D'ANTHISNES, CPAS D'AUBEL, CPAS D'AWANS, CPAS D'AYWAILLE, CPAS DE BAELEN, CPAS DE BASSENGE, CPAS DE BEYNE-HEUSAY, CPAS DE CHAUDFONTAINE, CPAS DE DALHEM, CPAS DE DISON, CPAS D'ESNEUX, CPAS DE FLÉMALLE, CPAS DE FLÉRON, CPAS DE GRÂCE-HOLLOGNE, CPAS DE HAMOIR, CPAS DE HERSTAL, CPAS DE HERVE, CPAS DE JALHAY, CPAS DE JUPRELLE, CPAS DE LIÈGE, CPAS DE LIERNEUX, CPAS DE MALMEDY, CPAS DE MARCHIN, CPAS DE NEUPRÉ, CPAS D'OLNE, CPAS D'OUFFET, CPAS D'OUPEYE, CPAS DE PEPINSTER, CPAS DE PLOMBIÈRES, CPAS DE SAINT-GEORGES, CPAS DE SAINT-NICOLAS, CPAS DE SERAING, CPAS DE SPA, CPAS DE SPRIMONT, CPAS DE STAVELOT, CPAS DE THEUX, CPAS DE TROIS-PONTS, CPAS DE VISÉ, CPAS DE WAIMES, CPAS DE WELKENRAEDT, ASSOCIATION AIDE ACTION MÉDIATION, BÂTISSONS NOTRE AVENIR ASBL.

COMPÉTENCE TERRITORIALE EN PROVINCE DE LIÈGE
LES CPAS MEMBRES DU GILS

INTRODUCTION

AGRÉÉ PAR LA RÉGION WALLONNE EN TANT QUE CENTRE DE RÉFÉRENCE EN MÉDIATION DE DETTES POUR LA PROVINCE DE LIÈGE, LE GILS A UNE DOUBLE MISSION :

1. le soutien juridique et technique aux services de médiation de dettes
2. la prévention générale du surendettement

Dans le cadre de cette mission de prévention, le GILS propose des animations et des formations à destination de publics divers : travailleurs sociaux, personnes relais, publics fragilisés (ex : sans emploi, article 60, personnes handicapées, jeunes...)

L'objectif est de prévenir le surendettement par le biais de l'information et de la réflexion sur différents thèmes liés au budget et à l'endettement.

LE GILS ?

Un CPAS peut, pour réaliser une des tâches qui lui sont confiées par la loi, former une association de droit public avec un ou plusieurs autres CPAS. Ces associations sont régies par le Chapitre XII de la loi organique du 8 juillet 1976.

Le GILS, Groupement d'Initiative pour la Lutte contre le Surendettement est une de ces associations. Elle est l'émanation de la volonté des CPAS d'Ans, Amay, Esneux, Flémalle, Grâce-Hollogne, Herstal, Liège, Pepinster, Saint-Nicolas et Seraing qui la créent en juin 2007.

Actuellement, l'Association regroupe 49 CPAS et 1 ASBL de la province de Liège.

Le GILS a pour objet la création, l'organisation et la gestion d'un service supra local d'aide et d'action sociale en matière de lutte contre le surendettement venant compléter les moyens dont dispose chacun des membres associés.

NOS ANIMATIONS

CONÇUS POUR UNE DURÉE DE +/- 2 HEURES, NOS MODULES D'ANIMATION SONT ADAPTABLES ET COMBINABLES SELON LES SOUHAITS DES ORGANISATEURS.

Ils s'adressent à des groupes de 6 à 15 personnes, composés d'adultes et/ou d'adolescents.

N'hésitez pas à nous contacter pour convenir de la formule correspondant à vos besoins.

Pour les services ne faisant pas partie de notre Association, une participation financière est demandée. Pour plus d'informations, veuillez nous contacter.

1. LE BUDGET

MON BUDGET :

Ce module aborde le budget du ménage de façon ludique. Il comporte de nombreux conseils pour économiser au quotidien et est accompagné d'un échange avec les participants.

OBJECTIFS

- *Présenter le budget et son utilité.*
- *Découvrir et développer les différents postes du budget.*
- *Apprendre à utiliser une grille budgétaire.*
- *Promouvoir les comportements adéquats en matière de gestion budgétaire.*

LE CRÉDIT :

Cette animation présente des informations relatives au crédit : ses différentes formes, ses dangers... dans une dynamique interactive.

OBJECTIFS

- *Présenter certaines notions relatives au crédit (types de crédits, TAEG, contentieux...).*
- *Sensibiliser aux dangers du crédit.*
- *Susciter la réflexion et le débat sur la problématique du crédit.*

L'ÉNERGIE :

C'est tout d'abord au travers d'un jeu que nous plantons le décor du trajet de l'énergie (gestionnaire de réseau, fournisseurs...). Différentes notions telles que le compteur à budget, le certificat PEB et la lecture d'une facture sont également abordées avec les participants. Ensuite, de façon très pratique, nous parcourons la maison de la cave au grenier pour réaliser des économies d'énergie à la portée de tous.

OBJECTIFS

- *Identifier les acteurs du marché de l'énergie.*
- *Savoir lire une facture.*
- *Pouvoir faire des économies au quotidien.*

LA TELEPHONIE :

Ces dernières années, les dettes de téléphonie ont littéralement explosé dans les dossiers de médiation de dettes. Le smartphone est devenu un accessoire incontournable pour bon nombre de consommateurs et certains passent un nombre d'heures impressionnant sur des applications en tout genre. Les vendeurs ont saisi cette opportunité et proposent de nouveaux types d'offres et de contrats de plus en plus confus. De quoi faire réfléchir...

OBJECTIFS

- *Réfléchir à sa propre consommation.*
- *Informer et mettre en garde face aux nouvelles technologies (applications) ainsi qu'à certaines techniques de vente (offres conjointes,...).*
- *Aider à choisir la formule la mieux adaptée à ses besoins.*

2. LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

ET SI ON PARLAIT D'ARGENT :

Cette thématique développe de manière interactive les différents rapports que l'on peut entretenir avec l'argent. Plusieurs sujets y sont abordés comme l'influence de l'argent sur nos comportements, le rôle de la famille et de l'enfance dans la construction de notre lien à l'argent, sa place au sein du couple ou encore son lien au bonheur.

OBJECTIFS

- *Réfléchir sur sa propre relation à l'argent.*
- *Se questionner sur l'influence qu'a ce lien à l'argent sur nos comportements.*
- *Trouver des pistes de changement pour vivre plus sereinement avec l'argent.*

PUBLICITÉ :

La publicité est omniprésente dans notre vie. Ce module propose une analyse des différentes techniques utilisées par les publicitaires au travers d'illustrations contemporaines.

OBJECTIFS

- *Définir le concept et ses caractéristiques.*
- *Eveiller l'esprit critique via une analyse de spots publicitaires.*
- *Présenter les nouveaux supports utilisés pour la publicité.*

CONSOMMATION :

Ce module propose d'initier une analyse critique de la société de consommation et ses dérives, à partir d'un photolangage et d'une réflexion sur les besoins et les envies.

OBJECTIFS

- *Prendre conscience des différentes influences en matière de consommation.*
- *Amener à différencier « besoins » et « envies ».*

PIÈGES À LA CONSOMMATION :

Il s'agit d'un complément au module « consommation ». Sur base de cas pratiques et de reportages vidéo, l'objectif est de mettre en garde les consommateurs face à une série de « pièges » et techniques de vente agressives utilisés par des sociétés commerciales.

OBJECTIFS

- *Découvrir différentes techniques de manipulation.*
- *Aider à déjouer les pièges à la consommation.*

3. LE SURENDETTEMENT

SURENDETTEMENT :

Ce module présente diverses informations relatives au surendettement, quelques données statistiques sur le phénomène et ses causes afin d'appréhender la problématique. Il comporte également un support média avec des témoignages qui permettent d'aller au-delà de certains préjugés.

OBJECTIF

- *Présenter le surendettement, ses causes, ses conséquences.*

MÉDIATION DE DETTES :

Présentation des solutions envisageables face à une situation d'endettement, illustrée d'exemples.

OBJECTIF

- *Apporter une information sur les acteurs et les procédures du traitement du surendettement (guidance budgétaire, médiation de dettes et règlement collectif de dettes).*

PRÉVENTION :

Pourquoi et comment prévenir le surendettement ?

Ce module s'adresse aux professionnels. Il consiste en une réflexion sur la nécessité et les multiples facettes de la démarche, ainsi que la présentation de divers outils disponibles auprès de notre service.

OBJECTIF

- *Réflexion sur la nécessité et les possibles actions de prévention.*

GUIDANCE :

Également réservé aux professionnels, ce module est consacré aux procédures de guidance et gestion budgétaires. Il allie réflexion et conseils pratiques.

OBJECTIFS

- *Présentation du cadre de la guidance budgétaire.*
- *Analyse et réflexion sur la méthodologie d'intervention.*
- *Présentation d'outils.*

4. JURIDIQUE

RECOUVREMENT DES DETTES :

Au départ d'un cas pratique, il s'agit d'une présentation des différentes voies d'exécution en cas de non-paiement du débiteur. Le rôle de l'huissier de justice est également abordé au moyen d'un reportage. Ce module est dispensé avec la participation d'un juriste.

OBJECTIFS

- *Exposer les procédures de recouvrement.*
- *Expliquer la cession/saisie de rémunération et le calcul des quotités saisissables.*
- *Apporter une information sur les droits des débiteurs.*

LE CONTRAT DE BAIL, DROITS ET OBLIGATIONS :

A partir de mises en situation, ce module présente les droits et obligations du locataire et du propriétaire d'un logement.

OBJECTIFS

- *Définir le contrat de bail de résidence principale sous ses différentes formes.*
- *Expliquer l'état des lieux, la garantie locative, la manière de résilier son bail.*
- *Informer le bailleur des avantages et subsides auxquels il peut prétendre.*
- *Fournir divers modèles de courriers.*

PROTECTION DU CONSOMMATEUR :

Dans de nombreux domaines, les contrats et bons de commande renvoient à des conditions générales. Celles-ci sont censées être lues, comprises et acceptées par le consommateur et lui sont en principe applicables. Le module explique les règles qu'elles doivent respecter.

Outre les conditions générales, ce module abordera également le thème plus large de la protection du consommateur : les achats forcés, les ventes à distance, le délai de rétractation...

OBJECTIFS

- *Comprendre l'importance des conditions générales.*
- *Savoir ce qu'elles contiennent et à quoi être attentif.*

DETTES DE COUPLE :

Que ce soit lors de la vie commune ou après séparation, la question se pose régulièrement : « Suis-je tenu·e de rembourser les dettes de mon conjoint.e – cohabitant.e – concubin.e ? »

Cette animation aborde la matière complexe du statut du couple (mariage, cohabitation, etc.) et ses implications vis-à-vis des créanciers.

OBJECTIFS

- *Présenter les différents statuts du couple.*
- *Déterminer le/les débiteurs dans le couple.*
- *Comprendre les conséquences d'une séparation sur les dettes.*

PG MARKET

Les visites en magasins font partie intégrante de notre quotidien. Dans ces temples de la consommation, chaque détail est pensé pour influencer notre comportement de consommateur et nous pousser à l'achat. En effet, nous sommes sans cesse confrontés à une série de sollicitations voire de manipulations, qu'elles soient flagrantes ou insidieuses !

Le GILS a ainsi créé le PG Market, un supermarché fictif et mobile, inspiré des véritables grandes surfaces. A travers ses allées, le visiteur découvrira, par une approche ludique et interactive, les pièges et tentations utilisés par la grande distribution pour nous inciter à la consommation.

Ainsi, les visiteurs sont invités à parcourir les différents rayons du PG Market, chacun étant représenté par un roll-up. Plusieurs thèmes sont ainsi abordés : la carte de fidélité, la disposition du magasin et des articles, la comparaison des prix, les diverses promotions et réductions, les dégustations, les odeurs, les marques... mais aussi les crédits, les offres conjointes en matière de téléphonie ou le commerce en ligne...

Un questionnaire accompagne les participants tout au long de ces étapes et un débriefing est organisé en clôture de l'animation. Cette expérience riche en apprentissages est consolidée par une brochure pédagogique permettant d'aller plus loin dans la réflexion.

Le PG Market s'adresse aussi bien **aux adultes qu'à un public jeune,** notamment aux étudiants à l'aube de la vie active. Pour toucher ces derniers, nous comptons sur les collaborations avec les écoles, qui peuvent accueillir le parcours dans leurs locaux. Il s'intégrera facilement dans le cadre des activités scolaires ou parascolaires de l'enseignement secondaire (général, technique ou professionnel) à partir de la 4e année.

Composé d'une dizaine de roll-up, son installation nécessite un local suffisamment spacieux. Il peut cependant être adapté suivant les besoins ou les contraintes matérielles.

Pour les écoles, il peut idéalement être organisé pour plusieurs classes sur la même journée.

OBJECTIFS

- *Sensibiliser les visiteurs aux diverses pratiques commerciales utilisées dans le but d'influencer leurs décisions et comportements de consommation afin de ne plus se laisser piéger.*
- *Les informer de leurs droits et obligations en tant que consommateurs, notamment en matière de crédit ou de vente à distance.*

NOS FORMATIONS

POUR LES AIDES FAMILIALES :

Conscients de l'importance du rôle des aides familiales auprès des familles et de la difficulté d'aborder des questions liées au budget avec les usagers, nous proposons une formation sur la problématique du surendettement spécifiquement à leur attention.

L'objectif est à la fois de fournir des informations théoriques et des outils pratiques, mais aussi de susciter une réflexion personnelle sur le sujet dans un contexte sociétal plus qu'individuel.

La formation se présente en plusieurs modules d'une demi-journée (3h30) qui peuvent former un tout ou être dispensés indépendamment les uns des autres selon les possibilités du service.

À TITRE D'EXEMPLE :

1. *La consommation et les pièges à la consommation*
2. *Le budget et les crédits*
3. *Les procédures de recouvrement*
4. *Le surendettement et la médiation de dettes*

La formation est organisée au sein du service pour un groupe de 10 à 15 personnes. La participation aux frais demandée s'élève à 150 € par demi-journée de formation.

POUR LES TRAVAILLEURS SOCIAUX :

Les travailleurs sociaux généralistes reçoivent régulièrement des demandes d'aide de personnes confrontées à des problèmes financiers et peuvent se trouver démunis face à la complexité des procédures et à l'urgence décrite par le demandeur.

1. MODULE DE BASE

Dispensée en quatre demi-journées, cette formation a pour objectif de les aider à recevoir une personne surendettée et à la conseiller utilement en attendant une prise en charge éventuelle par un Service de médiation de dettes.

Il s'agit de rappeler ou d'approfondir diverses notions relatives au recouvrement de dettes, à la médiation de dettes amiable et au règlement collectif de dettes. La formation s'intéresse également à la prévention du surendettement et à la gestion budgétaire; dans ce cadre, des outils pédagogiques sont également présentés.

AU PROGRAMME :

1. Présentation du surendettement
2. Explication des procédures de recouvrement
3. Le traitement du surendettement : médiation de dettes et RCD
4. L'élaboration du budget : une solution en termes préventifs
5. Le rôle du travailleur social généraliste face au surendettement

La participation demandée s'élève à 80 € pour le module de base (inscription individuelle).

2. FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Nous proposons des modules complémentaires à la formation de base pour travailleurs sociaux. Ceux-ci ont pour objectif d'une part, de susciter chez le travailleur social une réflexion par rapport à son comportement de consommateur et d'autre part, de lui proposer des outils afin de lui permettre d'orienter et de conseiller au mieux les personnes en difficultés.

AU PROGRAMME :

1. Consommation et publicité
2. Pièges à la consommation et téléphonie
3. Conditions générales et protection du consommateur
4. Le crédit
5. Les dettes de couple
6. La guidance budgétaire

La participation demandée s'élève à 20 € par formation complémentaire sur base d'une inscription individuelle.

POUR D'AUTRES PROFESSIONNELS

Des formations sur mesure peuvent être mises en place sur demande de tout service intéressé.

SECTION JEUNES

ANIMATIONS EN ÉCOLES PRIMAIRES

Afin de sensibiliser le jeune public aux enjeux de la consommation et à l'influence de la publicité, nous proposons deux animations successives d'une durée d'environ 1h30 dans l'enseignement primaire.

Conçues pour les élèves de 6ème année, celles-ci abordent les besoins et les envies, la société de consommation, les moyens qu'utilise la publicité pour nous pousser à acheter... tout en stimulant l'échange entre les enfants.

Grâce aux informations reçues, c'est aussi l'occasion pour eux de devenir des futurs consommateurs avertis et de développer un esprit plus critique vis-à-vis de notre société de consommation.

OBJECTIFS

- *Encourager les enfants à devenir des futurs consommateurs avertis.*
- *Développer leur esprit critique vis-à-vis de la société de consommation.*
- *Les amener à différencier envies et besoins.*

Les élèves repartiront avec un carnet d'activités proposant divers exercices ludiques sur la publicité et la consommation.

ANIMATIONS EN ÉCOLES SECONDAIRES ET SUPÉRIEURES

À la demande des professeurs, le GILS peut intervenir dans les classes de l'enseignement secondaire ou supérieur et propose des thèmes d'animations (voir description et objectifs supra) suivant l'âge des élèves :

La publicité.....dès la 1ère secondaire
La consommation.....dès la 1ère secondaire
Pièges à la consommation.....dès la 1ère secondaire
La téléphonie.....à partir de la 3ème secondaire
Le budget.....à partir de la 5ème secondaire
Le crédit.....à partir de la 5ème secondaire
Le surendettement.....à partir de la 5ème secondaire
Le PG Market.....à partir de la 4ème secondaire

ANIMATIONS EN PLAINES DE VACANCES

Au travers de plusieurs activités, nous invitons les enfants de 8 à 12 ans à parcourir les rayons d'un supermarché et à découvrir quelques pièges du marketing.

Au programme, comparaison des marques et des produits blancs (test du goût), réflexion autour des « fruits moches », échanges sur les campagnes « Panini » en grande surface...

La durée prévue pour cette animation est de 2 heures.

OBJECTIFS

- *Susciter une réflexion sur la société de consommation.*
- *Informer sur les techniques de marketing.*
- *Amener les jeunes à différencier leurs besoins et leurs envies.*

Rue du Parc 20/5
4432 Alleur (Ans)

04/246.52.14
04/246.59.92

info@cdr-gils.be
www.cdr-gils.be

Ed. responsable :
Jean-François Bourlet, Rue du Parc, 20/5 à 4432 Alleur.