

DANS LE SECRET DES MAGNETS...

GUIDE DE L'ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF
MÉTHODE **€CONOVIE**®

KIT D'ANIMATION

VOQ'



40 MAGNETS pour animer vos ateliers ou vos réunions



Le kit d'animation VQ a été conçu pour mettre en mots et en images les grands sujets de la vie quotidienne. Il synthétise des notions parfois complexes et offre la possibilité de les mettre en lien. Il permet d'animer des sessions collectives auprès de différents publics (grand public, public en situation de fragilité, public jeune...). Il peut aussi constituer un support de réflexion pour les travailleurs sociaux souhaitant concevoir un cheminement pédagogique ou de nouveaux outils d'accompagnement.

Descriptif d'un magnet

L'illustration

Elle donne une dimension visuelle au message, elle permet d'approfondir la réflexion et d'alimenter le débat.

Le mot-clé

Il permet d'introduire une notion ou un message fort.

La couleur

Elle situe le magnet dans la thématique.

Un personnage

Il représente l'un des personnages de la Mythologie de l'Éconovie en lien avec la thématique.



⚡ Ressources

🏠 Logement

€ Société du contrat

🍏 Alimentation

⊕ Et aussi...

🎯 Projets

2 pictos + 2 mots-clés

Ils servent de guide au discours de l'animateur.

SOMMAIRE

-
- 4 **Présentation générale**
-
- 6 **Magnets d'introduction**
-
- 8 **Préconisations pour introduire une thématique ciblée**
-
- 10 **Préconisations pour un cycle *éconovie* complet**
-
- 11 **➤ Magnets RESSOURCES**
-
- 12 **➤ Magnets LOGEMENT**
-
- 13 **➤ Magnets SOCIÉTÉ DU CONTRAT**
-
- 16 **➤ Magnets ALIMENTATION**
-
- 17 **➤ Magnets ET AUSSI...**
-
- 18 **➤ Magnets PROJETS DE VIE**
-
- 19 **À savoir**
-





PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Les quatre piliers (travail, amour, argent, santé) servent d'introduction au concept de vie quotidienne.



Les deux mots (Econo/Vie) servent de **transition** entre les quatre piliers et les six univers de réflexion.

ECONO

VIE...



Les six univers de réflexion (têtes de chapitres) matérialisent le parcours proposé et donnent une vision globale de la vie quotidienne. Ils resituent chaque thématique dans un ensemble.



Les magnets ci-dessous apportent du contenu aux têtes de chapitres et permettent d'aborder les principaux sujets de vie quotidienne et leurs interactions.



POUR RAPPEL

Afin d'avoir une parfaite maîtrise du kit d'animation VQ, il est conseillé d'avoir suivi les formations suivantes :

Module de base

⌚ Durée : deux jours

INNOVER

en matière d'accompagnement social et budgétaire : méthode *Éconovie*

Ce module propose aux participants de découvrir le concept *Éconovie* et de se familiariser avec les principes de la méthode.

Module d'approfondissement

⌚ Durée : deux jours

ANIMER

un projet d'accompagnement collectif : méthode *Éconovie*

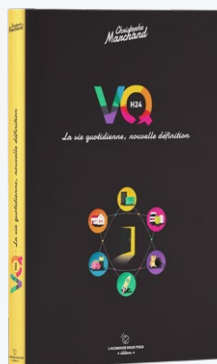
Ce module propose, sous la forme de travaux en sous-groupes, de manipuler les magnets et de s'exercer à la restitution des messages.

Le détail des contenus de ces deux modules est à découvrir sur www.ifccac.com

Il est aussi recommandé de lire :



Le guide pratique proposant des fiches techniques et synthétiques



Les livrets abordant les thématiques *Éconovie* (regroupés dans le coffret VQh24)



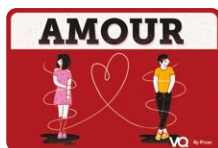
Le *Petit traité d'accompagnement social* présentant l'ensemble du concept *Éconovie*

MAGNETS D'INTRODUCTION

Le point de départ de toute réflexion suggérée par la méthode *Econovie* est incarné par quatre sujets clés (les quatre piliers) :



L'objectif est de faire comprendre ou de rappeler au public que **ces sujets sont interconnectés** donc interdépendants. Après avoir remercié les participants de leur présence, commencer rapidement la séance en posant la question : « **Pour construire notre vie de tous les jours, de quoi avons-nous besoin, concrètement ?** ». Poser le premier mot cité sur un support magnétique et le charger de signification (l'expliquer sous l'angle *Econovie*), puis s'appuyer sur ce premier mot pour faire dire le deuxième, et ainsi de suite jusqu'à avoir les quatre.



Aborder l'argent comme un outil : qu'est-ce que savoir utiliser l'outil argent ?

➤ Approche comptable : savoir que $1 + 1 = 2$, savoir que quand on a 2, on ne doit pas dépenser 3.

➤ Approche humaine : comprendre que gérer son argent, c'est avant tout gérer des émotions et des événements...

Aborder le travail sous les angles emploi et énergie

➤ Travail en tant que synonyme d'emploi, d'activité rémunérée.

➤ Travail en tant qu'énergie mobilisée pour s'occuper de soi ou d'une autre personne.

Préciser qu'il sera beaucoup question de ce mot dans les différents ateliers

➤ Amour entre deux personnes ; amour de ses enfants, de sa famille ; amitiés, liens sociaux...

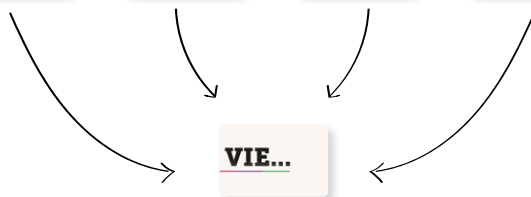
➤ ... mais surtout, à minima, l'amour de soi. Cette notion doit être présentée comme essentielle.

Pour faire venir le mot, demander ce que l'on se souhaite souvent avec la bonne année.

➤ Faire citer aux participants les principaux messages de santé publique. Montrer que ...

➤ ... ce n'est pas parce que l'on sait que l'on fait, et que ce principe est valable pour les trois autres mots.

Illustrer les interactions (avec un feutre) entre les quatre sujets (réfléchir sur l'un oblige à s'interroger sur les trois autres) et conclure en expliquant que **parler d'eux, c'est parler de la vie***.



* Le magnet *ECONO* est utilisé uniquement lorsqu'on s'adresse à des travailleurs sociaux.



Ensuite, il faut s'appuyer sur le mot **VIE** pour amener les **6 univers de réflexion**. Il suffit d'expliquer que construire sa vie nécessite de **mobiliser des ressources**. Ces ressources vont nous permettre de travailler les questions de : **logement** ; **société du contrat** ; **alimentation** ; **et aussi...** ; le tout étant tourné vers une perspective de **projets de vie**.



Voici quelques éléments à donner au public pour chacun des six magnets au moment de les poser :

- **RESSOURCES** : ressources financières mais aussi (et surtout) personnelles (confiance en soi, capacité d'initiative, état d'esprit, résilience...).
- **LOGEMENT** : abordé sous l'angle du « lieu de vie », du « camp de base ».
- **SOCIÉTÉ DU CONTRAT**: achats par abonnement, numérique, relation bancaire, crédits...
- **ALIMENTATION** : développée comme un sujet stratégique en tant que poste budgétaire mais aussi comme révélateur du rapport à soi ou de fonctionnements familiaux.
- **ET AUSSI...** : rubrique très ouverte permettant d'aborder les loisirs, la santé, la parentalité, les addictions, la place des animaux domestiques...
- **PROJETS DE VIE** : sujet central qui donne tout son sens aux questionnements sur les cinq thèmes précédents.

Les mots **ARGENT**, **TRAVAIL**, **AMOUR** et **SANTÉ** permettent d'amener la notion de « **VIE** » (quotidienne); le mot **VIE** permet d'introduire les six univers de réflexion qui constituent le parcours pédagogique vers lequel nous souhaitons mener les participants.



PRÉCONISATIONS POUR INTRODUIRE UNE THÉMATIQUE CIBLÉE

Une action collective peut porter sur une thématique ciblée : parentalité, atelier cuisine, précarité énergétique... Le sujet est souvent traité de façon spécifique, sans systématiquement prendre le soin de le relier à un ensemble plus large (la vie quotidienne). **Poser un cadre général avant d'aborder le thème du jour ajoute de la perspective au sujet et augmente sa portée pédagogique en lui conférant encore plus de sens.**

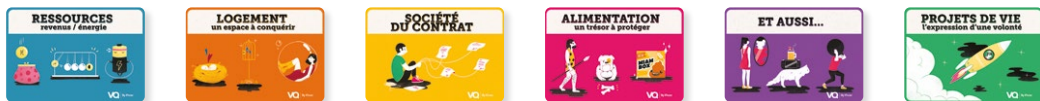
- Commencer la séance en posant la question : « **Pour construire notre vie de tous les jours, de quoi avons-nous besoin, concrètement ?** », sachant que cette fois, la question est purement rhétorique : c'est l'animateur qui répond à sa propre question en posant les quatre piliers, avec quelques éléments d'explication pour chacun d'eux.



- L'animateur insiste sur le fait que **parler de travail, d'argent, d'amour et de santé revient à parler de la vie**, et pose le magnet VIE.

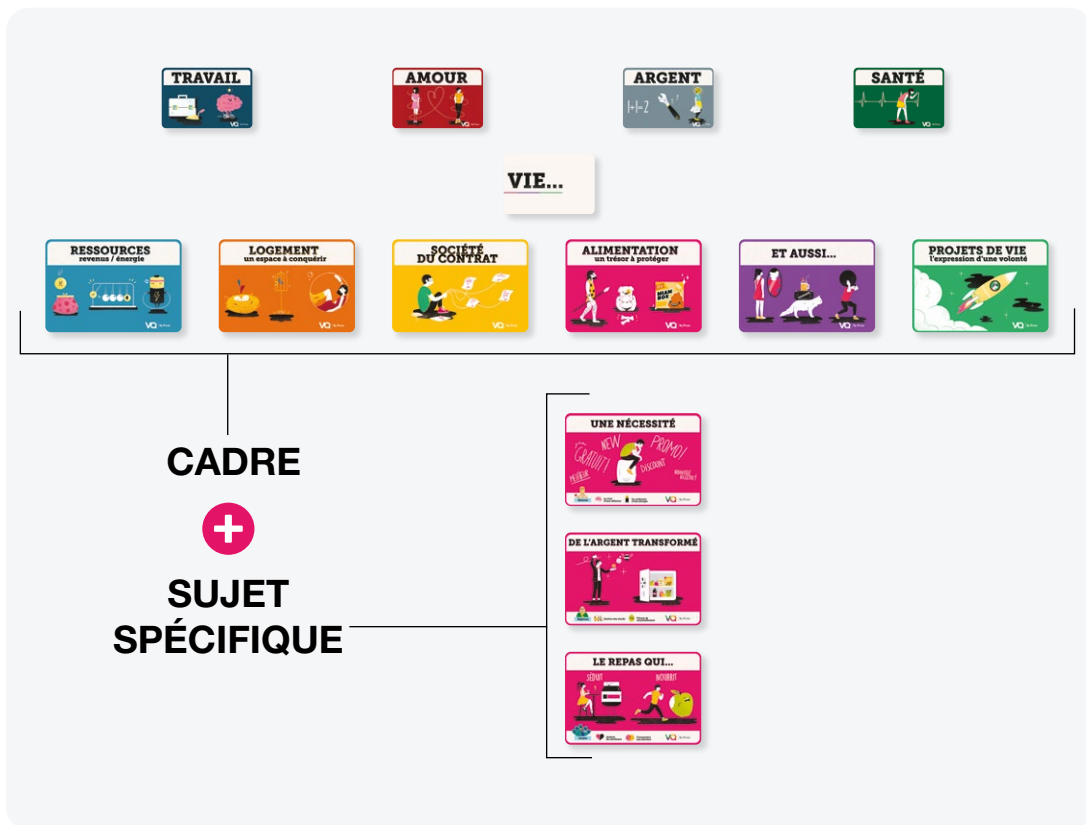
VIE...

- Il suffit ensuite de **présenter le questionnaire sur la vie quotidienne** comme la nécessité pour chacun d'entre nous de mobiliser des **ressources**, de trouver un **logement**, de comprendre et de savoir utiliser **la société du contrat**, de **s'alimenter**, **et aussi** de... Tout cela dans le but de nourrir **nos projets de vie** (poser les 6 magnets au fur et à mesure).



Savoir poser ce cadre général est très important car il pourra vous servir d'introduction pour n'importe quel sujet. Cette introduction doit être courte (moins de 10 minutes) quand elle concerne un sujet spécifique. Elle sera davantage développée (environ 30 minutes) dans le cadre d'un cycle d'ateliers éconovie complet.

Vous pouvez utiliser le kit VQ pour aborder une thématique *€conovie* sans forcément aborder les autres. Il vous suffit de poser le cadre général (en moins de 10 minutes), et de préciser aux participants que la séance du jour sera plus particulièrement consacrée à la thématique X (l'alimentation par exemple), et traiter le sujet.



! Il est possible de faire du sujet abordé sous l'angle *€conovie* la première partie d'une intervention, la seconde partie étant présentée de façon plus traditionnelle, et comme étant complémentaire.

Vous pouvez également utiliser le cadre général pour introduire l'intervention d'un intervenant extérieur.

Exemple : Vous avez fait venir une personne afin qu'elle anime un atelier sur le thème de la précarité énergétique. Avant son intervention, prenez le temps de poser le cadre *€conovie*, puis précisez à l'auditoire qu'aujourd'hui, il sera question du logement, et plus particulièrement de la gestion des énergies dans le logement. Ensuite, passez le relais à l'intervenant.

Le sujet de la précarité énergétique sera ainsi mis en lien avec les autres sujets de la vie quotidienne et sera inscrit dans une perspective de projets de vie. Il ne s'agit plus de payer ses factures pour payer ses factures mais parce que cela vient nourrir des capacités de projection sur des projets personnels.

PRÉCONISATIONS POUR UN CYCLE €CONOVIE COMPLET

Le kit d'animation VQ vous donne la possibilité de proposer à vos publics un cycle d'ateliers complet, qui se découpe en 5 séances mais qui peut également être envisagé sur un nombre de séances plus réduit en fonction de vos contraintes et de vos objectifs.



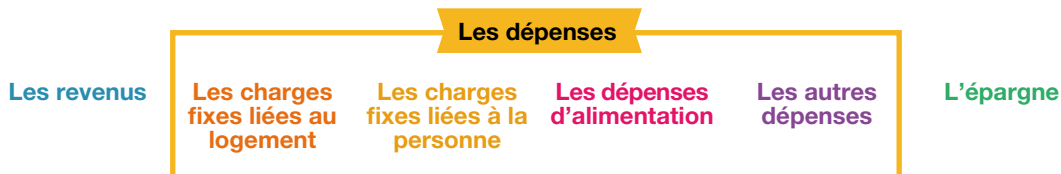
Dans le cadre d'un cycle €conovie complet, une variante est possible lors du début de la première séance.



Après avoir posé les quatre piliers et le mot VIE (voir page 6), préciser que dans la vie, il y a des choses agréables et d'autres qui le sont moins, et parmi les choses qui le sont moins, on retrouve ce que l'on appelle le budget familial (payer ses factures, faire les courses...).

Question : « Si nous devons définir de manière simple de quoi se compose le budget familial, nous dirions qu'il est composé de... ».

La finalité est de faire dire au public et de noter au tableau :

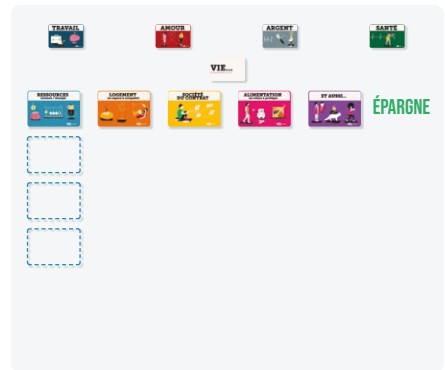


Le public ne cite jamais les termes « charges fixes liées aux logement » ou « charges fixes liées à la personne ». Il évoquera plus facilement les notions de « loyer, facture d'électricité ou de téléphone... ». C'est à l'animateur de se servir de ces mots pour amener les noms des familles de dépenses. Pendant quelques instants, le public pensera que la séance va porter sur une approche classique du budget familial, ce qui peut éventuellement lui faire peur (approche un peu ennuyeuse). L'animateur pourra ainsi en jouer en prenant son public à partie et en posant sur les mots inscrits les magnets des 5 premiers univers de réflexion, tout en précisant que le sujet sera plus intéressant en l'abordant ainsi. Il faut laisser le mot « épargne », qui ne sera remplacé par le magnet **Projets de vie** qu'au 4^e atelier.



MAGNETS RESSOURCES

Si nous parlons de ressources financières quand il est question de budget, nous allons surtout nous intéresser à nos ressources personnelles quand il est question de notre vie quotidienne.



➤ **Les ressources** sont avant tout évoquées sous l'angle de l'énergie à mobiliser pour construire sa vie au quotidien. Les trois mots-clés sont amenés par l'animateur (pas de questions posées au public) et positionnés sur le tableau au fur et à mesure du déroulé.



➤ Présenter **la dynamique** comme un résultat. Pour qu'il y ait une dynamique d'action chez une personne, il faut qu'elle ait un but à atteindre et qu'elle visualise le chemin lui permettant de l'atteindre. Éviter d'utiliser le mot « acteur » : être acteur de sa vie, de sa santé... La notion est trop utilisée depuis trop longtemps, et donc trop entendue.



➤ Amener **l'attente** comme étant potentiellement une non-mobilisation de ressources. Développer l'idée d'une attente de solution émanant systématiquement d'un tiers, de l'extérieur, et excluant que des solutions à une difficulté puissent émaner de la personne elle-même. Présenter également l'attente sous son versant vertueux : la patience (dans ce cas elle redevient une ressource).

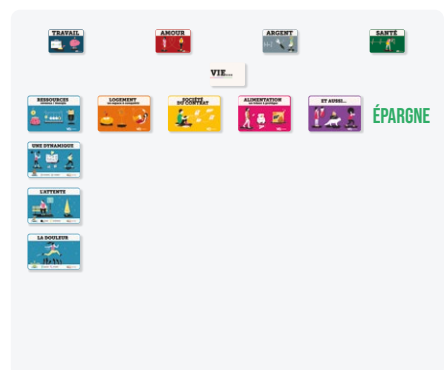
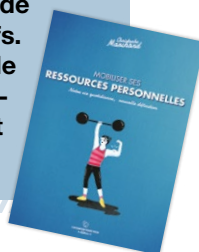


➤ Enfin, aborder la question de **la douleur**. Questionner les différentes façon de l'envisager :
 - comme un moyen d'expliquer pourquoi il est si difficile de faire ce qu'on doit faire ;
 - comme un moteur sur lequel s'appuyer pour trouver la force de surmonter les difficultés que l'on a traverse.

Une fois les trois mots travaillés, les ressources personnelles sont présentées comme étant le carburant nécessaire pour envisager de se « frotter » aux autres sujets...

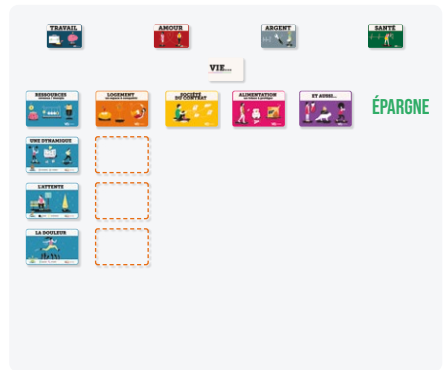


Il est possible d'associer aux magnets RESSOURCES tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Mobilisez ses ressources personnelles » avant l'animation.



MAGNETS LOGEMENT

Nos ressources personnelles sont d'abord sollicitées pour ce qui est un besoin pour chacun d'entre nous : trouver un abri, que l'on peut également nommer « logement ».



» « **Notre logement est-il investi comme un lieu de vie ou juste comme un lieu d'hébergement ?** » C'est à partir de cette question qui n'appelle pas de réponse que l'animateur amène les trois magnets un par un (poser un magnet, l'expliquer, puis poser le suivant).



» Présenter le logement comme **le centre névralgique d'où tout part** : un lieu pour le repos, la réflexion, et pour préparer l'action... Positionner les concepts de « logement outil », « logement camp de base », « logement porte-avions », quand il s'agit d'aborder la question du mal-logement. Travailler sur la notion de logement en mouvement.



» Aborder la question des charges (loyer, factures...) en les présentant comme **les contreparties** des bénéfices qu'est censé apporter le logement pour son habitant. Possibilité d'aborder l'entretien du logement comme une contrepartie de bien-être.



» Enfin, aborder le logement comme pouvant être un **lieu de protection**, à la condition qu'il ne soit pas :

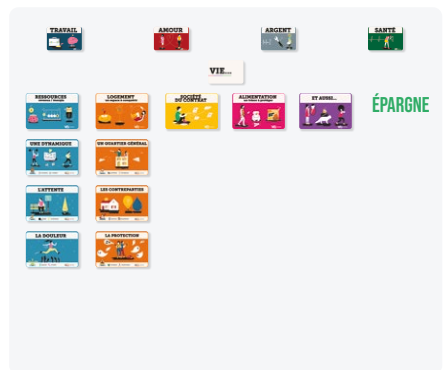
- un lieu de violence,
- un lieu d'enfermement ou de « bunkérisation »,
- un lieu faisant écho à la solitude ou au sentiment de déclassement.

Dans ces trois cas, il y a un risque que la personne fasse tout pour oublier où elle se trouve, et que cela conditionne son rapport aux sujets qui suivent.

Depuis notre logement, nous devons interagir avec de nombreux fournisseurs dont nous allons parler dans la société du contrat.



Il est possible d'associer aux magnets LOGEMENT tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Notre logement : un espace à conquérir » avant l'animation.

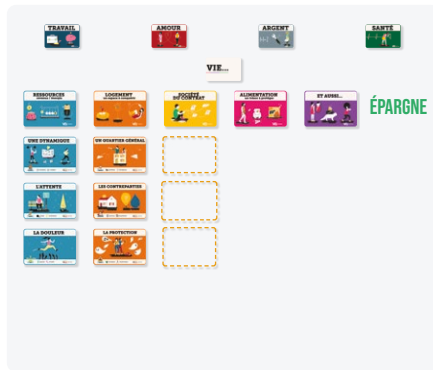


€ MAGNETS SOCIÉTÉ DU CONTRAT

La société du contrat c'est :

- la contractualisation de l'acte d'achat,
- l'ère de l'achat par abonnement.

D'où la nécessité de se poser quelques questions.



➤ L'animateur insiste sur le fait que « **nous sommes obligés d'interagir avec de plus en plus de fournisseurs (opérateurs Internet, téléphonique, banque...)** et que nous sommes de plus en plus sollicités (démarchage téléphonique, mails, sms...), d'où l'importance... » : il pose le magnet **ENGAGEMENT**.



➤ Parler de « **captation d'engagement** » pour aborder la question de la signature : « Quelles sont les formes de signatures que nous connaissons ? » : accord oral par téléphone, touche OK d'une télécommande de box, clic de souris (d'ordinateur), effleurement du doigt sur un écran tactile, signature manuscrite, signature par code... Interpeller les participants sur la valeur et les conséquences d'un engagement formalisé. Poser le magnet **NUMÉRIQUE** en le présentant comme un élément d'explication du phénomène.



➤ **Se concentrer essentiellement sur le smartphone.** Aborder les écarts pouvant exister entre le montant de son forfait et la facture réelle à la fin du mois. En aborder les raisons : interactions payantes avec des programmes télévisés, radiophoniques, jeux vidéo à options payantes, numéros surtaxés de sites de rencontres, de voyance... S'appuyer sur de nombreux exemples. Poser le concept de **micro-dépenses** (et le magnet). Mettre en garde contre les effets pervers d'Internet.

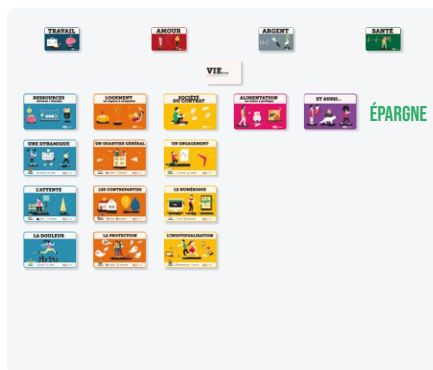


➤ Enfin, poser le magnet **INDIVIDUALISATION** pour insister sur ce qui caractérise une majorité de consommateurs aujourd'hui : multiplier les dépenses (et les objets) par autant d'individus que compte un foyer. Exemple : smartphone, télévision, jeux vidéo, abonnements en tout genre. Élargir le propos aux autres sujets : alimentation, animaux domestiques... Associer les notions « pouvoir d'achat » et « reprendre le pouvoir sur ses achats ».

Conclure en disant que la société du contrat concerne aussi la relation bancaire.



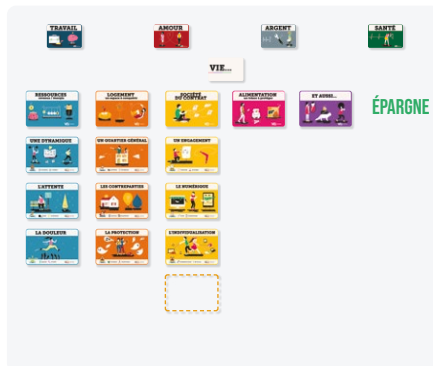
Il est possible d'associer aux magnets **SOCIÉTÉ DU CONTRAT** tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Numérique, banque et crédits : bienvenue dans la société du contrat ! » avant l'animation.



€ MAGNETS SOCIÉTÉ DU CONTRAT

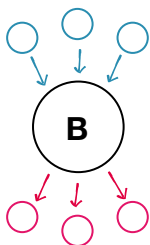
Pour savoir consommer la banque, il faut savoir qui elle est, au-delà d'une machine de guerre commerciale.

LA BANQUE



L'intervention sur la banque se fait au feutre, sur un paperboard ou sur un tableau Velleda. Il est indispensable que l'animateur matérialise son propos au fur et à mesure afin que celui-ci soit concret pour le public. Commencer par dessiner un cercle et inscrire un B à l'intérieur (la banque), puis poser la question : « **à quoi sert une banque ? Pour quoi en avons-nous besoin ?** ». Illustrer à l'aide des schémas, puis développer :

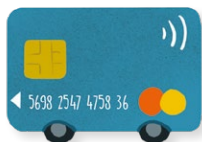
1 > Le club de rencontres dépôts / crédits



2 > Le domicile bancaire
Opposer la notion de SDF bancaire



3 > Le relevé de compte : la prise de sang de notre vie quotidienne



4 > La carte bancaire (CB) en tant que moyen de transporter l'argent. Montrer une CB aux participants et leur demander ce qu'ils voient. Après qu'ils aient donné les réponses classiques, s'appuyer sur le texte au dos de la carte pour mettre en scène la notion de moyen de transport dont nous sommes locataires. Prendre un exemple d'utilisation de carte dans un magasin pour illustrer le transport d'argent .

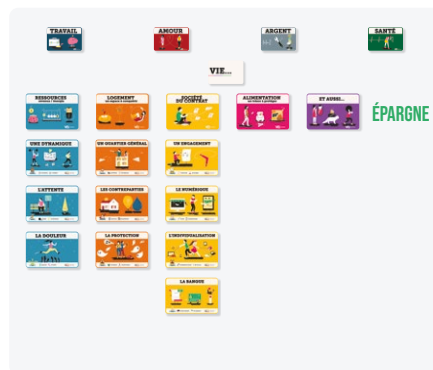


5 > Le magnet **BANQUE** se pose à la fin, en conclusion du propos sur la relation bancaire. Les éléments sur le magnet résument l'ensemble des messages à retenir.

Conclure avec une mise en garde sur la notion de confiance (à un vendeur) et proposer de poursuivre sur le crédit.

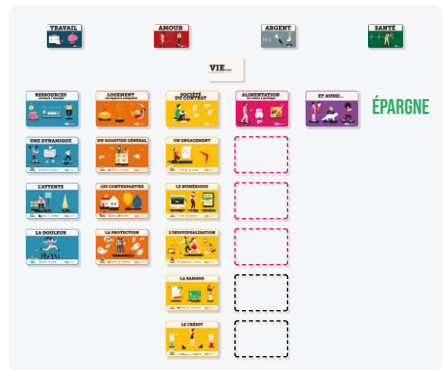


Il est possible d'associer aux magnets SOCIÉTÉ DU CONTRAT tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Numérique, banque et crédits : bienvenue dans la société du contrat ! » avant l'animation.



MAGNETS ALIMENTATION

Se nourrir est un besoin primaire. Pourtant, il est possible que nous ayons oublié quelques principes de base...



➤ Introduire le sujet en demandant au public : « **Où trouve-t-on de la nourriture aujourd'hui ?** ». L'objectif est de faire citer (et faire prendre conscience) que la nourriture est partout, que c'est le produit de consommation le plus répandu dans notre environnement, donc celui qui nous sollicite le plus.



➤ Poser le magnet **NÉCESSITÉ**. Pendant quelques secondes, le public pense que le magnet suggère que manger est une nécessité. Le magnet induit en fait la nécessité de se questionner. Demander : « **si je dis : viande, poisson, œuf, légumes, fruit, pâtes, pain, eau... Vous me répondez ?** ». Le public répond « Produits de base ». S'appuyer sur cette réponse pour donner la nouvelle définition des produits de base afin de marquer la différence entre une définition de principe et une réalité de fait.



➤ Montrer ensuite un produit (de préférence un peu connoté : ketchup, gâteaux...) et demander au public ce qu'il voit. Les réponses tournent autour de la description du produit. L'animateur doit prendre son temps afin d'amener la notion d'argent transformé, et ce qui va avec : influence des packagings sur la fréquence de consommation d'un produit ou sur la quantité de produit consommé en une seule fois, prix au kilo, promotion, gestion des stocks... Se servir d'emballages comme supports. Le magnet **ARGENT TRANSFORMÉ** se pose à la fin de la démonstration.

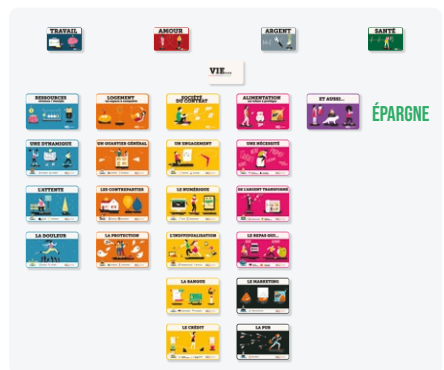


➤ Poser le magnet **LE REPAS QUI** pour aborder : les influences intra-familiales sur les choix alimentaires ; « l'enfant et ses désirs, l'adulte et ses moyens » ; la nourriture « paix sociale » ; le « j'aime, j'aime pas »... Conclure avec les magnets **MARKETING** et **PUB**.

Après l'alimentation, il y a aussi...

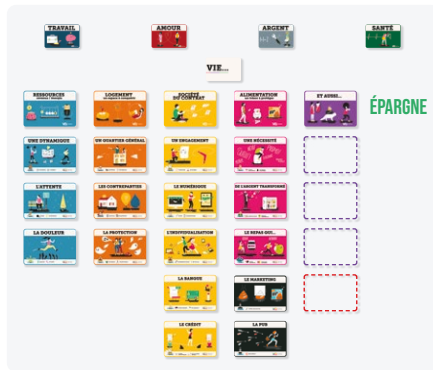


Il est possible d'associer aux magnets **ALIMENTATION** tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Manger, bouffer, se nourrir : ils en penseraient quoi les Néandertaliens ? » avant l'animation.



⊕ MAGNETS ET AUSSI...

Et si nous parlions aussi de ces sujets que nous préférons parfois laisser de côté...



➤ S'appuyer sur les quatre univers de réflexion précédents afin de suggérer **qu'il y a aussi...** Montrer le magnet **UN ESP...** en cachant au public l'homme assis sur le dé. Demander au public de résoudre le rébus.



➤ Le travail consiste ici à attirer l'attention du public sur **l'omniprésence du mot « espoir »** dans le discours commercial, et l'alerter sur le business qui capitalise sur ce mot (dont le synonyme est « attente »). Opposer l'espoir au courage (poser le magnet **TEMPS COURAGE**). Revenir sur l'espoir afin de faire le lien avec les jeux d'argent pour amener le magnet suivant.



➤ Poser le magnet **ADDICTION** en prenant soin de préciser que nous sommes tous addicts à quelque chose. L'aspect médical, pathologique, est délibérément laissé de côté afin de voir dans la conduite addictive une mobilisation d'énergie et de moyens (même si c'est malgré nous) qui ne demande qu'à être réaffectée, même partiellement, vers un objectif nous tenant à cœur. Si l'addiction constitue un obstacle, à nous de voir comment le rendre franchissable sans forcément le faire disparaître.



➤ Poser le magnet **ÉQUILIBRE** pour aborder la parentalité (argent de poche, enfants prescripteurs...), la place des animaux domestiques, et terminer sur le concept d'individu moderne (l'adulte que nous sommes censés être cohabitant avec l'enfant qui sommeille en chacun de nous, et qui n'a jamais été autant stimulé qu'aujourd'hui).

Mais, pourquoi nous posons-nous toutes ces questions ?



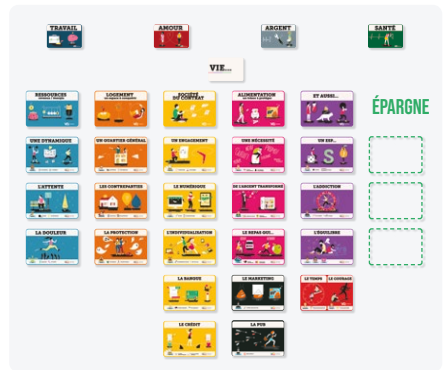
Il est possible d'associer aux magnets **ET AUSSI...** tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Activez votre majeur mental ; adoptez le fuck-you-style » avant l'animation.



MAGNETS PROJETS DE VIE

L'ÉPARGNE

Partir du fait que lorsqu'on évoque la notion d'épargne, le questionnement naturel tourne autour du « comment mettre de l'argent de côté ». Interpeller le public en posant la question : « **Pourquoi mettre de l'argent de côté ? L'épargne, ça sert à quoi ?** ». L'objectif est d'obtenir les trois mots : projet, sécurité, plaisir. Les magnets sont posés en fonction de l'ordre des mots cités.



➤ Poser le magnet **PROJET**. Demander au public : « **Connaissez-vous beaucoup de projets ne nécessitant aucun besoin d'argent ?** » En s'appuyant sur les réponses, l'objectif est d'aider le public à faire la différence entre rêve et projet. Un rêve est associé à des mots et des intentions ; un projet est associé à des moyens et des actions.



➤ Poser le magnet **SÉCURITÉ**. Demander au public : « **Connaissez-vous beaucoup de "pépins", ou de "tuiles" n'ayant aucune conséquence financière ?** » En s'appuyant sur les réponses, l'objectif est d'illustrer la psychologie d'une personne enchaînant les journées dans l'insécurité permanente, et l'influence que cela peut avoir sur son rapport à l'ensemble des sujets abordés lors des ateliers précédents.



➤ Poser le magnet **PLAISIR**. Demander au public : « **Avons-nous le droit de nous faire plaisir ?** ». Réponses du public : « Oui ! » ou « Ben oui, heureusement ! » Pour la première fois, l'animateur doit s'opposer au public en contestant le droit au plaisir. Ensuite, il faut démontrer que le plaisir est indispensable, donc c'est plus qu'un droit : ce qui relève du droit se décrète ; ce qui relève de l'indispensable doit se construire.



➤ Enfin, le magnet **PROJETS DE VIE** est posé sur le mot Épargne pour illustrer la finalité du parcours de réflexion. Les mots et les messages abordés durant les ateliers ont pour seul but de nourrir et d'alimenter des perspectives de projets de vie. Conclure avec la citation d'Albert Einstein : « **La folie, c'est de toujours se comporter de la même manière et de s'attendre à un résultat différent** ».

Ces ateliers ayant pour objectif de générer chez les participants l'envie de poursuivre concrètement le travail sur les sujets abordés, il est possible de proposer une suite sous forme d'ateliers pratiques déjà existants : cuisine, parentalité, autoréhabilitation, santé...



Il est possible d'associer aux magnets PROJETS DE VIE tous les apports que vous jugerez nécessaires au regard de vos expériences et de vos objectifs. Il est tout de même conseillé de lire le livret « Consommation, épargne et projets de vie » avant l'animation.





À SAVOIR...

Le kit d'animation VQ offre la possibilité d'aborder les grands sujets de vie quotidienne en donnant la part belle au « pour quoi faire ? » plutôt qu'au « comment faire ? ».

En proposant aux participants une vision panoramique de la vie quotidienne, le but est de donner encore plus de sens et de créer une appétence pour les ateliers pratiques et techniques qui pourraient suivre. En abordant ce qui, en apparence, se rapporte à des questions de consommation ou de budget familial, le kit d'animation VQ permet de travailler l'estime de soi et de valoriser la notion de libre arbitre.

La bonne maîtrise des enchaînements pédagogiques nécessite de pratiquer régulièrement. Il est donc important de saisir toutes les opportunités permettant d'utiliser les magnets :

- › Mise en place d'un accompagnement collectif spécifique,
- › Association des magnets avec d'autres outils d'animation,
- › Intervention ponctuelle auprès d'un public sur une action d'un partenaire,
- › Présentation en réunion d'équipe,
- › Session créative concernant des outils périphériques.

L'animation doit s'appuyer sur **un ton décalé**, un **rythme savamment travaillé**, et une **sincérité d'intention** dans le propos. Si un magnet soulève un questionnement déontologique difficile à résoudre, la solution la plus simple est de l'enlever du cheminement pédagogique.

Pour être plus impactante, cette approche collective doit être idéalement associée aux suivis individuels, si possible en utilisant des outils de suivi (carnets d'accompagnement) reprenant la même méthodologie pédagogique.

Afin que votre projet d'accompagnement soit réussi, ne pas oublier de :

- › Rédiger un cahier des charges précis sur les objectifs de transmission,
- › Réaliser une affiche et une plaquette pour faire la publicité de votre projet,
- › Mobiliser d'abord vos collègues et vos partenaires si vous voulez optimiser la mobilisation du public,
- › Prendre un maximum de plaisir à animer vos ateliers car le plaisir est très communicatif.



La société du contrat



Le logement



L'alimentation



Nos ressources



Et aussi ...



Nos projets de vie

UN NOUVEAU
REGARD SUR :

