



**Pour ou
contre
l'uniforme ?
L'avis des
ados
L'avis des
parents**

Enquête en France sur les collégiens et les marques qu'ils portent

- Présentation de l'enquête p 2
- Présentation de l'Union des Familles en Europe p 2
- Synthèse générale de l'enquête p 3
- Témoignage de Vianney (14 ans) p 5

Les résultats de l'enquête

- Porter ou non des vêtements de marque p 6
- Quelle mode pour les ados ? le détail de ce qu'ils aiment. p 7
- Pourquoi porter des marques ? p 8
- Les marques, des produits plus chers ? de meilleure qualité ? p 9
- L'attitude des parents face aux demandes des ados p 10
- Sujet de tension dans la famille ? p 11
- D'après les parents d'où vient cet attrait de leur enfant pour les marques ? p 12
- Des marques pour s'intégrer ? p 12
- On se pose la question de l'uniforme p 13
- Quel uniforme ? p 15

Quelques précisions...

- La panoplie de l'ado à la mode et son coût p 15
- L'argent des ados... et de leurs parents p 15
- Le dictionnaire des styles ados p 16
- Le marketing des marques vers les ados p 16

L'uniforme en Europe et dans le monde

- L'uniforme en Angleterre (sondage d'opinion - état des lieux - la mode des ados anglais) p 17
- L'uniforme en Europe et dans le monde p 18

Contact presse :

Marie-Françoise

SABELLICO

☎ 01 43 74 99 05

05 46 47 45 15 et

06 09 22 58 22

sabellico@wanadoo.fr

Et Béatrice Stella

☎ 01 30 53 08 74 et

06 80 27 66 10

bureaux@uniondesfamilles.org

PRESENTATION DE L'ENQUETE

539 collégiens et 472 parents (sans qu'il y ait nécessairement de lien de parenté entre eux) ont été interrogés en France par l'Union des Familles en Europe, au cours de l'année scolaire 2003/2004, les enfants étant indifféremment dans les écoles privées ou les écoles publiques.

539 Collégiens dont :

SEXE

46 % des garçons = 248

54 % de filles = 291

CLASSE

120 en 6ème = 22 %

161 en 5ème = 30 %

122 en 4ème = 23 %

136 en 3ème = 25 %

472 Parents dont :

PROFESSION

Ouvriers, Employés = 222 soit 47 %

Professions intermédiaires = 85 soit 18 %

Cadres, Professions libérales, Commerçants,

Chefs d'entreprise = 104 soit 22 %

Parents au foyer = 61 soit 13 %

AGE

moins de 30 ans = 5 soit 1 %

30-40 ans = 170 soit 36 %

40-50 ans = 217 soit 46 %

50-60 ans = 38 soit 8 %

plus de 60 ans = 42 soit 9 %

SEXE

Hommes = 208 soit 44 %

Femmes = 264 soit 56 %

CLASSE DE L'ENFANT

6ème = 123 soit 26 %

5ème = 104 soit 22 %

4ème = 113 soit 24 %

3ème = 132 soit 28 %

PRESENTATION DE L'UNION DES FAMILLES EN EUROPE

L'Union des Familles en Europe est née fin 2001. Elle compte déjà plus de 23 000 familles adhérentes en France.

C'est la seule association familiale dirigée par de jeunes parents.

Elle est libre de toute subvention, de toute obédience et sans lien politique ou syndical.

En savoir plus ?

Visitez notre site www.uniondesfamilles.org

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Les parents qui ont été interrogés se sont particulièrement intéressés au sujet de l'enquête et beaucoup ont demandé à être informés des résultats. Voilà qui confirme que l'attitude des adolescents vis-à-vis des marques qu'ils portent ou souhaitent porter est un phénomène problématique et relativement nouveau – c'est un phénomène ignoré de la génération des parents lorsqu'elle était elle-même au collège - .

L'enquête confirme que le microcosme de la cour de récréation est régi selon des règles très dures : **il y a des collégiens qui sont rejetés par leurs camarades parce qu'ils ne sont manifestement pas dans le coup**. Cette situation est vécue de façon si douloureuse que les enfants mettent beaucoup de pression sur leurs parents pour éviter d'être des « rejetés ».

- Porter ou non des vêtements de marque ? Sur cette question, il existe un énorme décalage entre les déclarations des ados qui ne sont que 11 % à trouver important d'acheter un vêtement de marque, et le ressenti des parents qui sont 62 % à estimer que leur collégien préfère des vêtements siglés de marque précise. Selon les parents, au collège, ce sont les élèves de cinquième qui sont les plus sensibles aux marques.

- Quelle mode pour les ados ? On apprend que **les chaussures sont LA principale pièce de vêtement qui se doit d'être siglée**, c'est la déclaration de 96 % des garçons et 76 % des filles. L'unanimité se fait aussi autour des sacs à dos qui se doivent de porter la marque Eastpak pour 73 % des collégiens interrogés. Les styles portés sont variés, au moins quant à leur dénomination : shall, racaille, rider, skater etc... et constituent autant de signes de reconnaissance entre eux. Aucune triche n'est possible : les ados sont imbattables sur le détail qui prouve que le vêtement est de marque ou non (7 % seulement des collégiens interrogés disent repiquer les étiquettes sur leurs vêtements). **Les collégiens sont 19 % à préférer Nike pour leurs chaussures, 22 % à plébisciter Diesel pour le pantalon. Ralph Lauren et Zara (pour les filles) arrivent en tête du classement pour les chemises, et 21 % des adolescents préfèrent une casquette Nike quand 17 % la préfèrent de marque Lacoste ou Von Dutch.**

- Pourquoi porter des marques ? 60 % des garçons et 50 % des filles préfèrent les vêtements de marque parce qu'ils sont beaux. Si les collégiens répugnent à reconnaître leur attrait marqué pour les marques, et en particulier les filles, leurs autres réponses prouvent au contraire que c'est primordial dans leur vie : 42 % achètent un vêtement dès qu'un peu d'argent tombe dans leur escarcelle ! Ils prétendent que ce n'est pas une chose importante et pourtant seulement 16 % des filles et 23 % des garçons ne parlent jamais entre eux de la façon dont tel ou tel est habillé !

- Les marques : produits plus chers ? de meilleure qualité ? 60 % des parents considèrent que ces vêtements ne sont pas de meilleure qualité et qu'ils sont plus chers... peu d'illusions donc. Le poids financier est très lourdement ressenti par 92 % des professions intermédiaires, 86 % des familles avec un seul salaire (parents au foyer), et par 86 % des familles d'ouvriers et employés.

- L'attitude des parents face aux demandes des ados : Lorsque leur collégien demande des vêtements de marque, **55 % des parents essaient de trouver un compromis** avec lui. « J'accepte de temps en temps pour qu'il soit dans le coup. Je donne la somme que je mettrais et il complète avec son argent de poche s'il tient à une marque particulière ». Les mères sont les championnes du compromis (59 %). « Je lui dis : tu vauds bien mieux que ce bout de tissu ».

- Sujet de tension dans la vie de famille ? Les deux tiers des parents sont confrontés parfois, souvent ou très souvent à des adolescents insistants (73 % quand l'enfant est en cinquième) ! Plus l'ado grandit et plus la tension est présente. Paradoxalement, pour 60 % des ados, la question vestimentaire ne paraît pas être une source de conflit. Les parents sont jugés plus sévères avec les filles qu'avec les garçons sur le sujet vestimentaire et pourtant ce sont les garçons avec qui le conflit est le plus tendu.

- D'après les parents d'où vient cet attrait de leur enfant pour les marques ? **68 % des parents pensent que c'est essentiellement pour être facilement accepté par ses camarades.** Le souci de leur enfant de ne pas être un « rejeté » sensibilise les parents, ce qui n'est pas étonnant : 68 % des enfants en 6ème et en 5ème connaissent un rejeté. C'est ce qui explique la pression faite sur les parents et le fait que les parents leur donnent satisfaction de plus en plus à mesure qu'ils grandissent.

- On se pose la question de l'uniforme :

Réponse des parents : **48 % des parents sont favorables à l'uniforme** et 44 % sont contre (8 % ne savent pas), les pères y sont plutôt plus favorables que les mères. L'argument qui justifierait l'instauration de l'uniforme serait le besoin d'éviter la surenchère pour les parents au foyer, suivis en cela par les professions intermédiaires. L'argument qui ferait changer d'avis les ouvriers et employés (qui sont contre l'uniforme à 53 %) serait qu'il permettrait de gommer les différences de classe sociale entre les enfants. **Le racket sur les vêtements de marque a déjà touché 9 % des enfants, selon les parents !** Ceux-ci voient dans l'uniforme la Solution anti-racket. « En portant ces vêtements, nos enfants rentrent dans un moule, et portent en quelque sorte un genre d'uniforme », « Je voudrais que la loi sur la laïcité interdise toute marque commerciale à l'école, au collège au lycée ; en effet, les signes ostensibles des marques engendrent plus de rejet que les signes religieux. »

Réponse des collégiens : **Pas question de porter un uniforme pour 66 % d'entre eux**, les filles étant 19 % à hésiter. « Je serai révolté que l'on interdise les marques à l'école » dit l'un d'eux, un autre « Un uniforme nous emprisonne dans nos libertés ». Si l'uniforme était tout de même imposé, hors de question d'être en veste et cravate, ou jupe plissée comme en Angleterre par exemple... et encore moins de porter un tablier. Les collégiens interrogés imaginent davantage une tenue en jean et en pull marine basique... pour 45 % d'entre eux.

Conclusion :

La question des marques de vêtements agite sensiblement la population de nos collèves.

Elle entraîne des souffrances entre eux et des tensions en famille. La question budgétaire est dans tous les esprits, la panoplie de l'ado dans le coup est chère : elle varie de 255 € à 578 €.

Les parents sont conscients du désir de leurs enfants de se sentir « intégrés », c'est la raison principale qui les fait céder, même s'ils considèrent que ce mode de fonctionnement (le rejet de ceux qui ne sont pas à la mode) est très négatif (« c'est un phénomène insupportable qui n'existait pas à mon époque. »). On peut se poser la question du bon ou du mauvais exemple que sont les parents pour leurs propres enfants : les adultes ne font-ils pas eux-mêmes souvent des surenchères en matière de marques, en matière de vêtements, voitures ou autres ? La conduite de l'enquête UFE a permis de détecter que certains parents aimaient pour eux-mêmes ce jeu social et qu'ils encourageaient parfois leurs enfants sur cette voie.

Même si de nombreux pays apprécient l'uniforme à l'école, il est clair que la France n'y est pas prête. Il serait judicieux de tester cette solution dans certains collèges « pilotes », à condition, pour emporter sinon l'adhésion, du moins la tolérance des collégiens, d'imaginer un uniforme qui ne soit pas un déguisement d'adulte, mais une tenue qui permette à cette génération de s'identifier clairement par rapport à ses aînées.

TEMOIGNAGE DE VIANNEY (14 ANS)

« Il existe trois formes de mode : les fans de marques qui dépensent la quasi-totalité de leur argent dans leur tenue vestimentaire et sont de bons moutons. Les astucieux tricheurs qui recherchent la mode mais s'arrangent toujours pour trouver la contrefaçon. Enfin, les originaux, style pantalon trop long ou déchiré qui ont ceci d'original en commun qu'ils se ressemblent tous.

Les lobbies des marques manipulent à ravir leurs clients en vendant 100 € une paire de baskets fabriquée 10 € en Thaïlande et en y collant un signe distinctif.

Le mec 100 % à la mode possède en général des chaussures de skate (VAN'S 80 € la paire), un fut extra large et très long (attention à ne pas marcher dessus) Levis 75 €, le caleçon DIM qui dépasse pour qu'on voit la marque, le T-shirt marque de sport (comme on est démocratique, on est autorisé à plusieurs possibilités : Adidas, Nike, Quicksilver, Puma, Reebok) toujours avec un dessin le plus « fun » possible et comme pardessus, un survêtement qui soit « space » spécial) : veste multicolore, pull-manteau avec ouverture sur le côté). Il faut toujours un signe d'originalité : colliers hawaïens, bracelet, chaîne de fer, ceinture à pic, voir poing américain pour quelques dérangés. Nous aboutissons à un total de 250 € l'habillement qu'il faudra changer non pour le changement de saison mais pour le changement de mode.

Cette affreuse tenue en vaut-elle la peine ? «La mode est une forme de laideur si intolérable qu'il faut en changer tous les 6 mois ». (Oscar Wilde)

Les marques ne sont-elles pas l'uniforme des temps modernes ? Celui qui ne l'adopte pas est critiqué et rejeté. Celui qui le porte en est prisonnier. »

PORTER OU NON DES VETEMENTS DE MARQUE

Déjà très sensibles aux marques dès la 6e (59 % des réponses), les ados le deviennent un peu plus encore en grandissant. Les enfants d'ouvriers, employés et surtout professions intermédiaires se déclarent plus sensibles que les enfants de cadres, professions libérales, commerçants, artisans et chefs d'entreprises.

On observe l'énorme décalage entre le ressenti des parents et les déclarations des ados.

L'avis des parents		
Votre ado préfère-t-il des vêtements siglés de marque précise ?	OUI (62 %) NON (38 %)	<u>Variation des réponses selon la profession :</u> - 69 % des enfants d'ouvriers, employés préfèrent les marques d'après leurs parents - 76 % des enfants de professions intermédiaires préfèrent les marques, d'après leurs parents - 62 % des enfants de cadres, professions libérales, commerçants, chefs d'entreprise préfèrent les marques d'après leurs parents
		<u>Variation des réponses selon la classe de leur enfant :</u> En 6e, il préfère les marques (59 %) En 5e, il préfère les marques (67 %) En 4e, il préfère les marques (56 %) En 3e, il préfère les marques (64 %)

L'avis des ados		
Quand vous voulez acheter un vêtement, qu'est-ce qui est le plus important pour vous ?	Le style, la coupe, la couleur (89 %) La marque (11 %)	
Portez-vous des vêtements de marque ?	La plupart du temps (38 %) De temps en temps (55 %) Jamais (7 %)	<u>Variation des réponses des ados selon la classe</u> <u>Elèves de Sixième</u> La plupart du temps (36 %) De temps en temps (53 %) Jamais (11 %) <u>Elèves de Cinquième</u> La plupart du temps (37 %) De temps en temps (56 %) Jamais (7 %) <u>Elèves de Quatrième</u> La plupart du temps (41 %) De temps en temps (52 %) Jamais (7 %) <u>Elèves de Troisième</u> La plupart du temps (36 %) De temps en temps (61 %) Jamais (4 %)

On observe que la proportion d'adolescents déclarant porter des marques la plupart du temps est la même quelle que soit la classe (entre 36 et 41 %). Mais ceux qui déclaraient ne jamais en porter (11 % en 6ème) ont quasiment disparu en 3ème (4 %)

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- On commence à vouloir bien s'habiller à partir de la 5^{ème}. Je trouve que c'est plus agréable d'être dans des bons habits que dans des habits que nos parents nous demandent de mettre et qu'on n'aime pas énormément.
- Je pense que pour la plupart d'entre nous, c'est une façon de provoquer. Mais les marques permettent de trouver son style, de connaître les autres, d'affirmer sa personnalité. Refuser les marques, c'est s'identifier par rapport aux autres, savoir dire non.
- Cela fait toujours bien d'avoir une marque, mais aujourd'hui la plupart des personnes s'achète un vêtement parce que ce dernier lui plait.
- Quand on est adolescent c'est plus facile d'avoir des marques, de savoir s'habiller mais de là à en acheter tout le temps, il y a des limites. Mes parents m'achètent des marques s'il n'y a pas une trop grande différence de prix (pour les chaussures, je peux "rêver" pour en avoir à des prix du genre 120 euros comme les pumas.)
- Je trouve que les marques sont importantes, mais il faut être réaliste, tout le monde n'a pas les moyens. Sans marques, on est rejeté, c'est désobligeant. L'intérieur est plus important que les apparences.
- Pour moi ce n'est pas très important. Mais les filles et les garçons qui ne pensent qu'aux marques, ça m'énerve !
- Elles sont bien, mais on a tendance à se moquer de celles qui n'en portent pas.
- Je ne me préoccupe pas particulièrement des marques, mais de la beauté des habits.
- Les marques, c'est pour les boss. Il n'y a que les blaireaux qui n'en portent pas.
- Les marques je m'en fiche, mais je ne crache pas dessus.
- Quelques-unes, sans être "accro".

QUELLE MODE POUR LES ADOS ?

L'avis des ados	
Quelle est la pièce de vêtement sur laquelle il est important d'avoir une marque ?	
<i>GARCONS</i>	<i>FILLES</i>
Chaussures (96 %) - Pull (3 %)	Chaussures (76 %) – Pantalon (9 %) – Pull (7 %) – Sac à dos (4 %)

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Les marques je n'en ai rien à faire. Il n'y a que mes chaussures qui sont de marque, le reste n'a pas d'importance. Si je mets des chaussures de marque, c'est pour qu'on me laisse tranquille. Pour être considéré par les autres.

L'avis des ados					
Quelles sont vos marques préférées ?					
<i>CHAUSSURES</i>	<i>PANTALONS</i>	<i>PULLS</i>	<i>CHEMISES</i>	<i>SACS A DOS</i>	<i>CASQUETTES</i>
Nike (19 %) Puma (14 %) Adidas (13 %) Converse (All Stars) (8 %)	Diesel (22 %) Cimarron(10 %) Levis (10 %) Gap (8 %)	Gap, Zara, Lulu Castagnette, Ralph Lauren, Quicksilver, Jennyfer, Pimkie...	Ralph Lauren, Zara (filles), Eden Park, Lacoste, Quicksilver, Jennyfer, Pimkie...	Eastpak (73 %)	Nike (21 %) Lacoste et Von Dutch (17 %)

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- L'insigne Nike est assez discret. C'est pour cela qu'il ne va pas bien sur les pulls.
- Ce n'est pas parce que l'on est en survêtement que l'on est une racaille.
- Celui qui a fondé AIRNESS aide les pays en difficultés.
- J'aime bien porter des marques. C'est n'importe quoi.
- Je ne mets pas beaucoup de marques ; ça ne sert à rien, à part "crâner".
- Les marques donnent des styles différents : branché ou coincé.

L'avis des ados				
Quel est votre style préféré ?				
<i>Style Shall</i>	<i>Style Racaille</i>	<i>Style Rider</i>	<i>Style Sport</i>	<i>Autre</i>
21 %	7 %	11 %	12 %	50 %

Qu'est ce qui se cache dans « autre style » ?

«A la mode mais pas trop, style un peu bourgeois, années 70, celui qui mêle chic et sport, Chic, classe, classique, cool, décontracté, fashion, gothique-punk, mon style personnel (nombreuses réponses), lolita, néo-classique, normal, pantalon bas, roots, skate surf, skater, sport féminin, teufeur, urban-raver-hip-hop, valoch». – pour quelques traductions, voir en page 16 notre dictionnaire des styles des ados.

L'avis des ados		
Repiquez-vous les étiquettes des marques sur des vêtements non de marque ?		
Souvent	Parfois	Jamais
5 %	2 %	93 %

Dans le monde des ados, foin de triche sur les marques : on veut du vrai et on a l'œil. Inutile de proposer d'acheter des fausses converses à 25 € au lieu de vraies à 65 € ! Ils sont imbattables sur le détail qui prouve que tel vêtement est de marque ou non. On peut féliciter les entreprises de marketing ...

POURQUOI PORTER DES MARQUES ?

On est frappé du désintérêt affiché sur les marques (44 % des filles affirment qu'elles ne tiennent pas particulièrement à porter des marques) avec la réalité : 34 % en portent « la plupart du temps » et 58 % « de temps en temps ».

L'avis des ados				
Que diriez-vous à propos des marques de vêtements ?				
Réponses générales :		<u>Réponses Garçons</u>	<u>Filles</u>	
Je préfère ces vêtements parce qu'ils sont beaux en général (55 %)		60 %	50 %	
Je préfère porter ces vêtements parce que c'est important pour être bien accepté (8 %)		11 %	6 %	
Je ne tiens pas particulièrement à porter des marques (37 %)		29 %	44 %	
Si on vous donne 50 €, que faites-vous ?				
Réponses générales :		<u>Réponses Garçons</u>	<u>Filles</u>	
- J'achète un vêtement (42 %)		38 %	43 %	
- J'achète un jeu vidéo (6 %)		8 %	4 %	
- Je les économise (38 %)		33 %	40 %	
- J'achète autre chose (14 %)		20 %	12 %	
Réponses par classe :	6ème	5ème	4ème	3ème
- J'achète un vêtement	53 %	36 %	42 %	49 %
- J'achète un jeu vidéo	6 %	4 %	8 %	5 %
- Je les économise	23 %	49 %	42 %	20 %
- J'achète autre chose	17 %	11 %	8 %	25 %

Autre chose, c'est quoi ?

« 1 album ou 2 et j'économise le reste, une peluche Diddle, des CD et des livres, CD ou accessoire de sport, bijoux ou produits de beauté, objets de décoration, Maquillage, Chaussures, du shit, du tamien, cinéma ou resto, une chaîne qui lit mes mp3, CD ou accessoire de sport, mac ipod, cd ou dvd, vinyl collector français corbier, cigarettes et shit, bière et cigarettes, skater, le coiffeur, un cadeau pour les personnes que j'aime, des bonbons, une cage pour mon rat, des Converse, du shit, cigarettes et shit, skater, bijoux ou produits de beauté, cadeaux, des bricoles, des DVD, des accessoires d'équitation... »

L'achat de vêtement est – de loin – le poste n° 1 tant pour les filles que pour les garçons dès qu'ils ont de l'argent de poche. On est frappé du peu d'enfants qui achète un jeu vidéo : parce qu'on les leur donne par ailleurs ?

L'avis des ados					
Discutez-vous entre copains (copines) de la façon dont tel ou tel est habillé ?					
<i>GARCONS</i>			<i>FILLES</i>		
Souvent	Parfois	Jamais	Souvent	Parfois	Jamais
31 %	46 %	23 %	20 %	64 %	16 %

Les vêtements sont si importants que seulement 16 % des filles et 23 % des garçons n'en parlent jamais !...
On est frappé de l'importance que le sujet revêt chez les garçons.

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Les marques, c'est bien mais très cher. Je vois dans deux magazines (1 de marques, 1 normal) un pantalon presque identique : 1 à 90 euros, 1 à 45 euros, j'achète bien sûr le moins cher. Mais ma copine qui a tout ce qu'elle veut, prend le plus cher, histoire de dire: « j'ai un habit de marque ! ». Je trouve ça complètement stupide de payer des fortunes pour des habits de marque tandis qu'on peut en avoir des moins chers.

- J'ai quand même quelques trucs de marque mais, bon, pas trop non plus. Je ne suis quand même pas accro. J'achète quand ce n'est pas trop cher et comme c'est moi qui paie mes habits avec mon argent de poche je vais pas aller tout dépendre dans des marques ! Dans mon collège, il y a plein de personnes qui ont des marques mais on ne regarde pas trop l'aspect physique donc...

- Les marques ne sont pas indispensables, mais si on appartient à un groupe, il vaut mieux avoir un style.

- Je ne choisis pas mes amies en fonction des marques.

- On regarde les vêtements avant de parler à la personne. C'est dommage.

L'avis des ados		
Avec qui achetez-vous vos vêtements ?		
Réponses générales :	Réponses Garçons	Réponses Filles
Je les achète tout(e) seul(e) et/ou avec un(e) ami(e) (25 %)	30 %	21 %
Avec mes parents (65 %)	57 %	70 %
On se met d'accord avec mes parents et je vais les acheter seul(e) (11 %)	13 %	9 %

LES MARQUES : PRODUITS PLUS CHERS, DE MEILLEURE QUALITE ?

L'avis des parents		
Que pensez-vous des vêtements de marque ?	Ils sont de meilleure qualité (40 %)	Ils ne sont pas de meilleure qualité mais ils sont plus chers (60 %)

Aucune illusion des parents sur la qualité !

L'avis des parents			
L'achat de vêtements de marques vous pose-t-il des problèmes financiers ?	Oui (51 %)	Non (17 %)	Parfois (32 %)
<i>Réponses selon la profession des parents :</i>	Oui	Non	Parfois
Ouvriers, employés	61 %	14 %	25 %
Professions intermédiaires	50 %	8 %	42 %
Cadres, profs.lib, commerçants, chefs d'entreprises	27 %	34 %	39 %
Parents au foyer	45 %	14 %	41 %

L'achat de marques est particulièrement lourd pour les professions intermédiaires qui sont 92 % à répondre oui ou parfois, suivis par les parents au foyer, qui avec un seul salaire à la maison sont 86 % à avoir des problèmes financiers et par les familles d'ouvriers et employés (86 % aussi).

L'avis des ados
« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Vêtements beaux mais trop chers, - C'est trop beau, mais cher, - Les marques sont parfois trop chères ,</i> - <i>Les marques sont trop chères, - Les marques sont belles mais "cher"</i> - <i>Ce n'est pas de la très bonne qualité. Premier lavage et cela rétrécit ou se découd au niveau des coutures.</i> - <i>Il faudrait que ça ne compte pas trop. Mais c'est vrai que les habits de marque sont souvent bien coupés.</i> - <i>Personnellement je m'en fiche car c'est plus cher, mais pas spécialement mieux.</i> - <i>Les marques sont le reflet d'une bonne qualité, d'un bon design. C'est la mode.</i> - <i>Je trouve que les marques sont intéressantes pour la qualité mais on paye beaucoup plus cher.</i> - <i>On paye plus cher la marque que le jean.</i> - <i>Mes parents ne veulent pas à cause des prix.</i>

L'ATTITUDE DES PARENTS FACE AUX DEMANDES DES ADOS

Les mères sont les championnes du compromis (elles sont 59 % à trouver un compromis). Les pères sont davantage sensibles aux questions financières que les mères (28 % contre 21 %). Les mères sont les seules à refuser tout compromis pour des raisons éducatives (6 % contre 0 %).

L'avis des parents				
S'il demande des vêtements de marques, quelle est votre attitude ?				
<u>Réponses générales :</u>		<u>Réponses des pères</u>	<u>Réponses des mères</u>	
C'est trop cher, je ne peux pas suivre (25 %)		28 %	21 %	
Je lui donne satisfaction (11 %)		14 %	9 %	
Je trouve un compromis avec lui (55 %)		46 %	59 %	
Je refuse pour des raisons éducatives (9 %)		0 %	6 %	
<u>Réponses selon la profession des parents :</u>	Ouvriers, employés	Prof. Interm.	Cadres, prof. lib, commerçants, chefs d'entreprise	Parents au foyer
C'est trop cher, je ne peux pas suivre (25 %)	32 %	19 %	18 %	24 %
Je lui donne satisfaction (11 %)	11 %	9 %	14 %	5 %
Je trouve un compromis avec lui (55 %)	53 %	66 %	56 %	54 %
Je refuse pour des raisons éducatives (9 %)	4 %	6 %	12 %	16 %

40 % des parents au foyer refusent des vêtements de marque à leur enfant pour raisons financières ou éducatives. C'est le cas aussi chez 36 % des ouvriers, employés, chez 30 % des cadres, prof.libérales,

commerçants ou chefs d'entreprise, et 25 % dans les professions intermédiaires. Les parents qui ont choisi de céder ne sont pas beaucoup plus nombreux parmi les cadres que parmi les ouvriers/employés (14 et 11 %). Les membres de professions intermédiaires sont les plus enclins au compromis.

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- *Je n'ai pas de problème car j'incite mon enfant à ne pas être une victime de la mode ou de la bêtise de certains enfants de son âge. J'apprends à mes enfants à faire leur choix par rapport à ce qu'ils aiment et ce qui est "beau". Comme ils réagissent intelligemment, je pense que si l'un d'eux devait insister sur un produit de marque, j'accepterai en fonction de son argumentation et de sa motivation.*
- *Il n'y a pas grand chose à faire. Cela se passe souvent tout seul entre 16 et 20 ans.*
- *J'accepte de temps en temps pour qu'il soit dans le coup ! J'utilise le compromis : s'il a besoin d'une paire de chaussures, je donne la somme que je mettrais, il complète s'il tient à une certaine marque.*
- *Je fais un contrat à l'amiable en cédant pour une occasion exceptionnelle.*
- *Il faut expliquer le coût d'une marque. Qualité pour certains produits, pas pour tous. J'attends les soldes.*
- *J'essaie d'aller dans d'autres magasins pour lui montrer qu'il y a des choses aussi bien ailleurs et lui faire ainsi réaliser que pour le même prix on peut avoir 2 vêtements !*
- *Attention au refus entraînant des actes illicites. L'apparence beaucoup plus importante que l'on ne l'imagine.*
- *Je lui dis : « Tu vauds bien mieux que ce bout de tissu ».*
- *Il faut informer les enfants sur les filières de fabrication.*
- *J'essaie de lui faire comprendre que les marques représentent certains éléments de la société dont elle ne fait pas forcément partie et ne pas les porter correspond à une certaine liberté et permet de mieux s'affirmer dans le monde qui l'entoure.*
- *C'est un phénomène insupportable qui n'existait à mon époque.*

SUJET DE TENSION DANS LA VIE DE FAMILLE ?

Le conflit n'est pas négligeable puisque 65 % des parents déclarent y être confrontés souvent ou parfois. Les conflits culminent en 5ème (73 % de conflits parfois, souvent ou très souvent). L'intensité ne varie pas selon que l'ado est une fille ou un garçon.

L'avis des parents				
Avez-vous des altercations avec votre enfant à propos de ses vêtements ?	Jamais 33 %	Parfois 52 %	Souvent 13 %	Très souvent 2 %
<i>Réponses selon la classe de leur enfant :</i>				
<i>Sixième</i>	54 %	30 %	16 %	0 %
<i>Cinquième</i>	27 %	59 %	7 %	7 %
<i>Quatrième</i>	35 %	62 %	4 %	0 %
<i>Troisième</i>	34 %	54 %	9 %	3 %
<i>Réponses selon le sexe de leur enfant :</i>				
<i>Garçons</i>	40 %	45 %	10 %	5 %
<i>Filles</i>	39 %	51 %	10 %	1 %
Quelle dimension prend le conflit ?	Cela envenime la vie de famille (25 %)		Ce sont des différents limités (75 %)	

L'avis des ados			
Votre façon de vous habiller est-elle une occasion d'affrontement avec vos parents ?	Souvent (11 %)	Parfois (28 %)	Jamais (61 %)
<i>Réponses selon le sexe</i>			
<i>Garçons</i>	20 %	21 %	59 %
<i>Filles</i>	6 %	32 %	62 %

A l'inverse, 60 % des ados déclarent, que la question vestimentaire n'est pas source de conflit. On observe toutefois que le sujet est plus tendu pour les garçons (20 % d'entre eux entrent souvent en conflit avec les parents) que pour les filles (seulement 6 %).

L'avis des ados				
Que pensent vos parents des marques ?	Ils sont d'accord pour m'acheter des marques (35 %)	Ils me laissent acheter des marques pour certains vêtements mais pas pour tous (46 %)	Ils refusent que j'achète des marques (3 %)	Ils ne sont généralement pas d'accord mais cèdent parfois (16 %)
<i>Réponses selon la classe :</i>				
Sixième	43 %	33 %	7 %	17 %
Cinquième	30 %	54 %	3 %	12 %
Quatrième	41 %	37 %	0 %	22 %
Troisième	30 %	46 %	0 %	23 %
<i>Réponses selon le sexe :</i>				
Garçons	48 %	35 %	2 %	15 %
Filles	29 %	51 %	3 %	17 %

Les parents sont plus sévères avec les filles qu'avec les garçons (48 % des parents de garçons cèdent toujours contre 29 % seulement de parents de filles). En 5ème, nous avons vu que le conflit était à son apogée. Il apparaît que les parents cèdent alors ponctuellement, après d'âpres négociations. Ensuite la résistance des parents est moindre - même s'ils ne sont toujours pas d'accord dans le fond - et il ne s'en trouve plus pour refuser complètement.

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Je n'achète jamais de marques, car mes parents ne veulent pas.

D'APRES LES PARENTS D'OU VIENT CET ATTRAIT DE LEUR ENFANT POUR LES MARQUES ?

L'avis des parents			
S'il préfère les vêtements de marque, pensez-vous que c'est (plusieurs réponses possibles)...			
Par sensibilité à la publicité	Pour être facilement accepté par ses camarades	Pour ressembler à quelqu'un qu'il admire (sportif, vedette)	Pour avoir des vêtements de qualité qui dureront plus longtemps
OUI (45 %) NON (43 %) Ne sait pas (12 %)	OUI (68 %) NON (21 %) Ne sait pas (11 %)	OUI (41 %) NON (47 %) Ne sait pas (12 %)	OUI (41 %) NON (46 %) Ne sait pas (13 %)

DES MARQUES POUR S'INTEGRER ?

En 6ème et en 5ème, 68 % des enfants connaissent un « rejeté » ! On comprend dès lors mieux la pression qu'ils exercent sur les parents et les raisons pour lesquelles ceux-ci leur donnent de plus en plus satisfaction à mesure qu'ils grandissent.

L'avis des ados				
Connaissez-vous des collégiens qui sont rejetés à cause de leurs vêtements ?	Oui (62 %)	Non (20 %)	Ne sait pas (19 %)	
<i>Réponses selon la classe :</i>	Sixième	68 %	21 %	11 %
	Cinquième	68 %	11 %	21 %
	Quatrième	48 %	33 %	19 %
	Troisième	52 %	27 %	21 %
<i>Réponses selon le sexe :</i>	Garçons	49 %	36 %	15 %
	Filles	67 %	13 %	21 %

La pression est particulièrement forte chez les filles mais concerne tout de même 50 % des garçons, réputés moins sensibles à la mode.

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Les marques permettent de se forger une identité pour ressembler aux autres et ne pas être exclu. C'est plutôt flatteur quand on nous dit que notre pantalon est chouette. C'est vrai que c'est cher mais au moins on se sent bien dans notre peau et vis à vis des autres.

- Je trouve qu'il y a des gens qui se la pètent trop parce qu'ils ont des marques, que leurs parents sont bourges.

- Les marques c'est vachement important. Ce n'est pas grave quand quelqu'un ne s'habille pas à la mode, mais tout de suite on va le juger. Cela dépend des gens. Mais moi je ne m'habille qu'avec ça car c'est ce qu'il y a de plus beau.

- Je suis pour l'uniforme, car dans le collège il y a beaucoup d'enfants qui souffrent des moqueries sur leurs habits. Ils sont rejetés.

- Pour moi les marques sont importantes car ce que l'on porte dévoile notre caractère et notre place sociale, et si l'on ne porte pas de marque, souvent nous sommes rejetés.

- C'est ridicule de nous rejeter si on n'a pas de marques.

ON SE POSE LA QUESTION DE L'UNIFORME

L'avis des parents			
Votre enfant a-t-il déjà été racketté à propos de ses vêtements		Oui (9 %)	Non (91 %)
L'instauration d'un uniforme (comme en Angleterre dans les écoles du secteur public par ex.) vous paraît-il souhaitable ?		OUI (48 %)	NON (44 %) Ne sait pas (8 %)
<i>Réponses selon la profession des parents :</i>			
	Ouvriers, employés	38 %	53 % 9 %
	Professions intermédiaires	36 %	55 % 9 %
	Cadres, profs.lib, commerçants, chefs d'entreprises	58 %	38 % 3 %
	Parents au foyer	51 %	36 % 13 %
<i>Réponses selon la classe de leur enfant :</i>	Sixième	53 %	36 % 11 %
	Cinquième	54 %	42 % 4 %
	Quatrième	41 %	55 % 5 %
	Troisième	45 %	44 % 11 %
<i>Réponses selon le sexe :</i>	Pères	56 %	28 % 5 %
	Mères	41 %	44 % 8 %
<i>Réponses selon l'importance des marques pour son enfant :</i>	C'est important pour mon enfant	47 %	46 % 7 %
	Ce n'est pas important pour mon enfant	51 %	39 % 10 %

Les parents sont très partagés : ce sont essentiellement les hommes qui sont pour et principalement les cadres. Ils sont rejoints en cela par les femmes au foyer.

L'avis des parents			
Qu'est-ce qui, à votre avis, justifierait l'instauration d'une tenue uniforme ?	Gommer les différences entre les familles qui ont les moyens et celles qui ne les ont pas (45 %)	Eviter les rivalités et surenchères entre enfants (47 %)	Eviter le racket (8 %)
<i>Réponses selon la profession des parents :</i>			
Ouvriers, employés	26 %	13 %	7 %
Professions intermédiaires	11 %	24 %	8 %
Cadres, profs.lib, commerçants, chefs d'entreprises	18 %	20 %	2 %
Parents au foyer	25 %	29 %	1 %

Les parents au foyer sont les plus sensibles au besoin d'éviter la surenchère (29 %), suivis en cela par les professions intermédiaires. Gommer les différences de classe sociale est l'argument qui fait mouche pour les ouvriers et employés. Le racket *sur les vêtements de marque* a déjà touché 9 % des enfants selon les parents ! Familles que l'on retrouve, vraisemblablement, pour considérer l'uniforme comme la Solution anti-racket (8 %). On note, enfin, que les parents d'ados « accros » aux marques sont plutôt moins favorables à l'uniforme que les autres.

« « « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Tant que le besoin d'un signe de reconnaissance sera si présent chez les adultes, il sera très difficile d'agir sur le comportement des ados.
- Je voudrais que la loi sur la laïcité interdise toute marque commerciale à l'école, au collège et au lycée ; en effet, les signes ostensibles des marques engendrent plus de rejet que les signes religieux.
- L'enjeu pécuniaire est tel qu'il me semble impossible d'imposer une autre manière de s'afficher.
- En portant ces vêtements, nos enfants rentrent dans un moule et portent en quelque sorte un genre d'uniforme.
- Uniforme à l'école la semaine, tenue libre le week-end.
- En Martinique, Guyane et Guadeloupe, les collégiens sont en uniforme et cela ne pose de problèmes à personne.
- Il faudrait trouver des stars qui acceptent de rompre cette logique en se défendant d'accepter ce type de contrat.

L'avis des ados				
L'instauration d'une tenue uniforme (comme en Angleterre dans les écoles du secteur public par ex.) vous paraît-elle souhaitable ?		Oui (18 %)	Non (66 %)	Ne sait pas (15 %)
<i>Réponses selon la classe :</i>	Sixième	32 %	56 %	12 %
	Cinquième	10 %	68 %	23 %
	Quatrième	18 %	74 %	8 %
	Troisième	20 %	69 %	11 %
<i>Réponses selon le sexe :</i>	Garçons	24 %	70 %	6 %
	Filles	16 %	65 %	19 %
<i>Réponses selon que le collégien connaît ou non un «rejeté»</i>	En connaît	46 %	38 %	57 %
	N'en connaît pas	10 %	12 %	12 %
	Ne sait pas	11 %	10 %	31 %

Les collégiens sont globalement très défavorables à l'uniforme. C'est en 6^{ème} qu'on trouve le plus d'enfants qui sont pour.

Les filles sont davantage perplexes que les garçons. Enfin, le fait de connaître un « rejeté » intervient sensiblement sur la position en faveur de l'uniforme ou, en tous cas, sur l'hésitation dans la réponse.

« « « « Réflexions sur le vif » » » » »

- Les marques, c'est des choses pour récupérer de l'argent, qui créent des problèmes dans les cours.
- Je serai révolté que l'on interdise les marques à l'école.
- Les marques c'est utile au collège sinon des gens vous critiquent mais après on se rend compte qu'on peut avoir la classe avec de vieux jeans troués, donc les marques c'est moins important. Il faudrait fabriquer des vêtements peu chers mais beaux, ce qui est possible, mais que personne ne fait.
- Diesel est une super marque. Un uniforme nous emprisonne dans nos libertés.

QUEL UNIFORME ?

L'avis des ados		
Si une tenue uniforme était instaurée, comment le souhaiteriez-vous ?		
Comme en Angleterre : veste et cravate pour garçons, jupe et veste pour les filles (28 %)	Jeans, pull bleu marine et chaussures classiques pour tous (45 %)	Simplement un tablier (17 %)

LA PANOPLIE DE L'ADO A LA MODE ET SON COUT

<p><u>Garçon type de notre enquête : 353 € à 578 €</u></p> <p>Chaussures Nike : total 90 new = 68 € Pantalon Diesel = entre 90 et 280 € suivant la nouveauté Pull Ralph Lauren = 80 € Chemise Gap = 35 € Sac à dos Eastpak = entre 45 et 80 € Casquette Lacoste = 35 €</p>	<p><u>Fille type de notre enquête : 255 à 430 €</u></p> <p>Chaussures Converse = 45 € en toile et 80 € en cuir Jeans Energie = de 100 à 180 € Pull Lulu Castagnette = 45 € Chemise Zara = 20 € * ou Tshirt Von Dutch = 45 € Sac à dos Eastpak = entre 45 et 80 €</p>
--	--

* Zara n'est pas une marque très chère. Elle parie sur un renouvellement fréquent de vêtements.

L'ARGENT DES ADOS

Il y a 11 millions de consommateurs entre 11 et 25 ans (18 % des Français) avec un pouvoir d'achat de 40 Md€ dont 33 Md€ d'argent de poche.

63 % des ados de 11 – 17 ans reçoivent régulièrement de l'argent de poche.

Le budget moyen mensuel d'un ado entre 11 et 17 ans est de 166 € par mois (74 € viennent de petits boulots, 46 € d'argent de poche, 25 € de cadeaux et 21 € d'autres sources)

Sources : institut de l'enfant – junium

27 € d'argent de poche entre 11 et 14 ans, 47 € entre 15 et 17 ans en moyenne.

(Sources : IPSOS Sofinco)

Répartition des dépenses de l'argent de poche :
 23 % en vêtements, 15 % en musique, 10 % en jeux vidéo, 9 % en sorties (Sources : Le Figaro)

ET CELUI DE LEURS PARENTS ...

Budget vestimentaire annuel moyen : pour un garçon = 591 € / pour une fille = 661 €

Les vêtements représentent environ 6 % du budget des ménages. Leur part dans le budget général baisse à mesure que le revenu augmente. Les habits d'un garçon ado représentent 23 % du budget de vêtements total de sa famille (et 26 % pour une fille).

Pour 33 % des parents, c'est le poste pour lequel ils ont le sentiment de dépenser le plus pour leurs enfants (le poste le plus lourd leur paraît être l'alimentation 37 % et les études 26 %) (Sources : IPSOS Sofinco).

DICTIONNAIRE DES STYLES ADOS

Hip hop :

Casquette vissée à l'envers, jogging XXL, chaussures Caterpillar.

Racaille :

Casquette Lacoste sur le côté droit, un peu levée. Banane Lacoste. Pantalon Sergio Taccini à mi cuisse, caleçon qui dépasse. Maillot de basket Nike jusqu'aux genoux, T shirt Com'8, pull Dia, portable accroché au cou, chaussures Nike requin ou airmax.

Le Pauv'mec :

Slip Petit Bateau, chaussures de ville, pantalon Du Pareil au Même, pantalon de velours côtelé Monoprix.

« Il ne s'intéresse pas aux filles, il porte des lunettes, il a 20 aux contrôles ». « Il n'a pas d'amis. Pour lui, sa réputation est foutue : il n'a qu'à changer d'école. Il n'y en a plus à partir de la 4^{ème}. »

Chic = fashion : chemise ou haut moulant, pantalons (jeans) moulants délavés, chaussures montantes genre Timberland ou baskets montantes. Les filles rentrent le pantalon dans les baskets montantes.

Rider : bermuda au-dessous des genoux extra-large et T shirt extra-large, bob ou casquette.

Classique : pantalons droits, haut uni, aucun décolleté, mocassins.

Skater ou skate surf :

Pantalon baggy (c'est-à-dire avec entrejambe abaissé), T shirt large, chaussures Van's. En général habillé en marque Quicksilver ou Rip Curl.

Tendance musicale :

Jeans Baggy avec un T shirt du groupe musical préféré - Chaussures Van's

Le Shall :

Pantalon Diesel, chemise et pull Ralph Lauren, chaussures Converse

Gothique :

Tout en noir, sophistiqué, avec des chaînes, bagues à tête de mort, pantalons larges.

Lolita :

String qui dépasse, couleurs flash (rose etc...)

LA STRATEGIE MARKETING DES MARQUES

« Les jeunes consomment par capillarité : si un premier noyau est touché, le mimétisme fonctionne à plein et le phénomène peut très rapidement faire tache d'huile » Grégoire Champetier – directeur marketing chez MacDonald France.

- Renouveler en permanence pour satisfaire la boulimie et pour que le jeune ait à vérifier régulièrement qu'il est bien à jour. (Zara et H&M). Ces marques jouent la carte de la rareté à des prix abordables. Ainsi Converse (rachetée par Nike) joue le manque en ne sortant que des séries limitées avec des couleurs différentes, des formes différentes.
- Street marketing : les commerciaux repèrent les jeunes leader d'opinion et les habillent gratuitement. Ou bien des équipes de jeunes vont dans la rue et donnent des échantillons, distribuent des affichettes...
- Le « Buzz » c'est-à-dire la rumeur : la presse jeune décortique les habits des vedettes (de la chanson ou du sport), on organise des soirées people où on habille les vedettes. Des vedettes louent ainsi leur image pour 50 à 500 000 € par an.
- Pas trop regardant : La marge brute de Puma (qui a décollé depuis 3 ans) a progressé de 41 % au 1^{er} trimestre 2004 : les chaussures sont toutes produites en Asie : une paire vendue 60 € coûte 10,2 € dont moins d'1 € pour la main d'oeuvre et 6,6 € pour la matière première (sources Le Figaro)

L'UNIFORME EN ANGLETERRE

L'OPINION PUBLIQUE

L'uniforme est plébiscité par 83 % des parents britanniques. Un sondage a été effectué par le Ministre Britannique de l'Education Nationale entre août 2002 et février 2003 pour connaître l'opinion des parents et enseignants sur le port de l'uniforme :

- 83 % des parents sont favorables à l'uniforme à l'école
- Cette opinion est partagée par l'ensemble de l'opinion publique (77 % de « pour »)
- 68 % pensent que l'uniforme favorise la discipline à l'école
- 66 % estiment qu'il permet de favoriser un bon niveau d'études

Suite à ce sondage, le Gouvernement Britannique a publié un guide de bon usage de l'uniforme à l'attention des responsables d'établissement. Il insiste sur le fait que l'uniforme doit être à un coût abordable et ne doit pas introduire de discrimination ou d'exclusion. En fait, le coût de l'uniforme dépend des écoles. De toute façon, il y a toujours une bourse aux uniformes, où les parents impécunieux peuvent acheter des uniformes de 2ème main. Le gouvernement anglais préconise notamment des assouplissements pour tenir compte des spécificités religieuses (voile des filles musulmanes, et turban traditionnel des garçons Sikh). Afin de respecter l'égalité des sexes, il est recommandé de permettre aux filles de porter le pantalon.

C'est sans ambiguïté que le ministre de l'Education Nationale, Charles Clarke déclare que l'uniforme améliore la discipline : "Les parents ont la charge cruciale de soutenir les efforts scolaires de leurs enfants afin de leur donner le meilleur départ possible dans la vie. Je me réjouis qu'ils soient favorables à l'uniforme car celui-ci permet clairement d'améliorer le comportement des élèves et de relever le niveau des études »

ETAT DES LIEUX

80 % environ des écoles ont choisi de faire porter l'uniforme, qu'il s'agisse des écoles privées ou publiques. « Every one take it for granted » (Il n'y a pas de débat).

Certaines écoles se sont mises à l'uniforme délibérément : ainsi, Hillcrest School and Community College a introduit l'uniforme dans le but explicite de donner aux élèves le sens de leur identité et la fierté de leur école par ce moyen, les responsables de l'établissement souhaitent réduire les inégalités manifestes (et les frais d'habillement trop lourds pour les familles). Enfin, l'instauration de l'uniforme est un outil destiné à améliorer le comportement général des élèves.

Abbey Wood, à Greenwich a choisi l'uniforme pour donner aux enfants la fierté de leur école. La tenue est simple afin de s'adapter aux moyens financiers des familles de l'endroit : un sweatshirt qu'on achète à l'école pour £12:00 (environ 17 €), un polo blanc, également vendu à l'école à £9:50 (14 €), un pantalon ou une jupe, des chaussures noires.

Pourtant, l'uniforme n'est pas le moyen de réduire les budgets vêtements : pour 59 % des parents britanniques, les vêtements sont le poste le plus lourd s'agissant de leurs enfants (33 % en France)

L'uniforme se compose généralement d'une tenue d'hiver, d'une tenue d'été, d'une tenue de sport et de deux paires de chaussures par saison (une de sport, une de ville). Pour faire passer sa « rébellion », le jeune peut jouer sur la taille de la jupe, un accessoire interdit ... S'il n'y a pas ou peu de rivalités à l'intérieur de l'école, il peut y en avoir entre écoles, toutes reconnaissables à leur tenue. Les conflits entre ceux qui viennent de « bonnes écoles » et les autres peuvent même prendre un tour violent. D'autres observent que les jeunes « compensent » le fait de devoir porter l'uniforme dans la semaine par des tenues particulièrement suggestives ou débraillées durant le week-end.

Sources : Diverses sources Internet

La mode chez les jeunes anglais :

Baskets Nike, chaussures Hush Puppies,

Vêtements : River Island, Monsoon, Miss Sixty, Morgane, Top Shop, Dorothy Perkins, Miss Selfridges, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Calvin Klein

Dessous : La Senza.

L'UNIFORME EN EUROPE ET DANS LE MONDE

En **Espagne**, où l'enseignement catholique est important, l'uniforme est présent.

En **Italie**, l'uniforme existe depuis toujours.

En **Belgique**, certaines écoles conservent le port de l'uniforme qui est toujours bleu marine, mais les élèves en règle générale n'aiment pas ça !

En **Irlande**, la plupart des écoles ont une affiliation religieuse (catholique à 90 %) car elles furent fondées par des ordres religieux. Cependant, aujourd'hui, elles accueillent des jeunes de tous horizons. La majorité des établissements ne sont pas mixtes et le port de l'uniforme est obligatoire.

Pas d'uniforme en **Allemagne**, en **Suède**, au **Danemark**.

En **Autriche**, seule la nécessité de porter une « tenue appropriée » est inscrite dans la loi.

En **Norvège**, l'uniforme scolaire est un élément vestimentaire inconnu.

En **Hongrie**, le port d'une "blouse bleu marine", un genre d'uniforme, persiste dans les écoles hongroises mais maintenant on ne l'exige qu'en cours pratique pour éviter que les élèves n'abîment leurs vêtements.

Aux **Pays-Bas**, le port de l'uniforme n'est pas obligatoire, les autorités elles-mêmes considérant souvent que le port de l'uniforme restreint la liberté d'expression.

Au **Japon**, il y a beaucoup de travailleurs ou d'écoliers et lycéens en uniforme comme c'est l'usage ici. Les écoliers, collégiens et lycéens sont tous en uniforme et ont l'obligation de porter cet uniforme, même pendant leur temps libre lorsqu'ils sortent en ville. Il y a même des professeurs qui sont de corvée pour aller contrôler en centre-ville et réprimander ceux des élèves qui seraient sortis en tenue libre.

L'uniforme strict à col dur, aux boutons dorés, que portent encore à l'heure actuelle les collégiens du Japon est une réplique exacte de l'uniforme des étudiants du collège Stanislas à Paris en 1890.

Le **Québec**, lui, s'interroge à chaque rentrée scolaire sur l'opportunité du port de l'uniforme pour combattre le racket et ce qu'il appelle la dictature des « griffes » et « l'hypersexualisation du vêtement ».

« Est-ce qu'il vous viendrait à l'idée un jour de porter, pour aller travailler, un gilet qui révèle votre nombril percé, un pantalon qui laisse voir votre petite culotte et tellement serré qu'il s'agit presque d'une deuxième peau, sans oublier le décolleté plongeant qui ne laisse personne indifférent, surtout votre patron ? Bien sûr que non ! Il existe pour tous les corps de métier un code vestimentaire écrit ou entendu qui fait en sorte que nous nous habillons de façon compatible avec notre milieu de travail pour éviter les inconvénients et les malentendus. Alors pourquoi n'en serait-il pas ainsi dans le milieu scolaire ? »

Déjà, 80% des écoles privées ont imposé la tenue égalitariste. Mais le débat n'est pas clos : un sondage effectué en 2003 par la Fédération des commissions scolaires du Québec met en effet à égalité défenseurs et détracteurs de l'uniforme en milieu scolaire parmi les directeurs d'école du public.

Aux **USA**, l'uniforme est très répandu...Obligatoire dans les écoles privées, il ne l'est plus dans la plupart des écoles publiques : beaucoup le regrettent car il évite les rackets et met les gens plus ou moins aisés et les autres sur le même pied d'égalité. Bill Clinton, encore président en 1996, s'était prononcé en sa faveur : d'accord, avait-il dit, « si cela signifie que les adolescents cessent de s'entre-tuer pour une veste de marque ». Après avoir été l'apanage des établissements privés, la mode du vêtement unique gagne le secteur public, notamment dans 80% des établissements de Chicago et dans 60% de ceux de Miami. En l'an 2000, Philadelphie l'a imposé à ses quelque 217 000 écoliers, collégiens et lycéens.

Le Lycée Français de Los Angeles

Le Lycée Français de Los Angeles est un établissement privé bilingue et international fondé en 1964-1965. C'est une corporation américaine à but non lucratif. Il décerne des bourses scolaires à des familles méritantes quelle que soit la nationalité des élèves, américaine, française ou internationale. L'uniforme est obligatoire du CP à la terminale.

Compte tenu de la surenchère vestimentaire et de la dictature des marques dans les établissements scolaires des quartiers aisés de Los Angeles, il apparaît de plus en plus aux élèves comme une garantie d'égalité de traitement.

Sources : Diverses sources Internet