

Publicité Lente nos enfants

MARIE-CHRISTINE BLANDIN,
ÉLYNE DIDIER, GUY FISCHER, JEAN-
PIERRE GODEFROY, JACQUES MULLER
et JEAN-PIERRE SUEUR sénateurs

Comment un jeune enfant pourrait-il résister le mercredi matin aux soixante spots publicitaires qui lui sont destinés ? Ce déferlement d'images vantant jouets et sodas colorés, crèmes onctueuses, vêtements et téléphones portables dernier cri l'atteint de plein fouet. Pourquoi ce déferlement ? Parce que le marquage publicitaire du public infantile est rentable : l'enfant, prescripteur et futur consommateur, est devenu une cible privilégiée. Les enfants regardent, en moyenne, la télévision plus de trois heures par jour. Son impact est considérable. Les publicités télévisées destinées aux jeunes enfants sont identifiées comme la cause directe du surpoids d'un tiers d'entre eux. En juin 2008, vingt-cinq académies savantes de pédiatrie, de cardiologie, d'épidémiologie et de nutrition ont signé une lettre ouverte à la ministre de la Santé, lui demandant l'inscription de la publicité alimentaire dans les créneaux horaires réservés aux programmes éducatifs. Les professionnels de la santé pour enfants

ne peuvent être balayés par les arguments économiques des chaînes de télévision et des entreprises alimentaires». Or le gouvernement refuse, préférant ne pas prendre ce problème à bras armés. Et les slogans du type « Évitez les graisses, évitez les sucres », « Attention à la portion », « Manger entre les repas », « Attention aux aliments gras, sés ou sucrés » et « Bougez plus » n'ont rien modifié les comportements alimentaires des enfants. Les programmes destinés à la jeunesse, censés faire rire ou rêver, sont utilisés pour conditionner les jeunes esprits à enregistrer les spots publicitaires. Il s'agit, là aussi, de vendre « du temps de cerveau disponible », pour reprendre l'expression employée par Patrick Baudry lorsqu'il était président de TF1. Pourtant, des réponses existent. La loi interdit toutes les publicités destinées aux enfants de moins de sept ans de télévision. Non, le débat ait lieu à la télévision. Diverses législations ont été adoptées. Mais s'en tenir à la responsabilité des parents, c'est laisser la direction de la publicité alimentaire aux mains des professionnels de la télévision. Les professionnels de la santé pour enfants