

Tiens v'là la pub !



QUOIQ'ON en pense ou qu'on en dise, la pub, dont le budget de diffusion dans les mass médias (73 milliards en Belgique) a augmenté de 75 % en 7 ans, peut devenir un support éducatif intéressant – et on ne peut plus accessible! – pour apprendre aux jeunes et moins jeunes à aiguïser leur sens critique, exprimer une opinion, défendre des valeurs, prendre position, apprendre à agir collectivement... et surtout se poser des questions.

Quelques pistes pour prendre du recul, à l'école ou en famille

1. Exprimer sa première impression après avoir regardé/observé la pub (TV, magazine, panneau publicitaire...). Elle nous indiffère, nous heurte, nous scandalise, nous inspire, nous laisse perplexe, nous donne des ailes, nous amuse, nous émeut... *Partage*.
2. Lister toutes les questions qui émergent en regardant la pub. Elles touchent à la forme, au fond, au produit et à son utilité, aux acteurs, à la mise en scène, au public visé, aux alternatives, au prix, à tout ce qu'elle cache... *Questionnement*. Les réponses viennent dans un second temps.
3. Critiquer le produit promu tout autant que la mise en scène, le fond comme la forme, la créativité, l'originalité, la qualité du slogan, le sens du message, l'impact environnemental, les valeurs véhiculées, la durée du message... *Expression*.
4. Réagir à ce qui s'est dit, lancer le débat en abordant la question des besoins et des envies, l'image et le regard des autres, le portefeuille, les agissements responsables, les alternatives environnementales?... *Argumentation*.
5. Regarder la même pub, mais avec un autre œil cette fois... *Remise en question*.

Suggestions pour aller plus loin :

- Analyser le marché et dresser pour le produit en question un inventaire de la situation (combien de marques, d'emballages différents, de prix...). Comparer les différents produits du point de vue du prix, de la qualité, des impacts environnementaux... Surfez sur les sites critiques du WEB... *Recherche*.
- Tester le produit et estimer personnellement ce qu'il vaut! *Expérimentation*.
- Se faire une « overdose » de publicités à la nuit des publivores à Bruxelles... *Exagération!*

Quelques trucs pour lui résister

1. **Fermer sa boîte aux lettres aux intrus** en apposant un autocollant « publicité non merci » sur votre boîte aux lettres. Pour les Bruxellois, gratuit à l'IBGE (02/775 75 75 – info@ibge.be). Disponible également aux guichets des Halles St-Géry à 1000 Bxl.
2. **Se faire rayer des listes de diffusion**
Sur tous les formulaires, vous pouvez normalement indiquer que vous refusez l'utilisation de données personnelles à des fins de marketing. Soyez attentif! Vous pouvez également

adhérer à la « Liste Robinson » pour ne plus recevoir de courrier personnalisé, d'appel téléphonique ou de fax à finalité commerciale (0800/91 887 – fax : 02/479 06 79 – fabienne@bdma.be). www.bdma.be

3. Se protéger sur Internet

Service analogue à la liste Robinson pour toute pub par E-mail : www.e-mps.org.

Il existe aussi des logiciels pour protéger les ordinateurs des risques de dispersion de données personnelles (Privacy Enhancing Technologies) ou pour filtrer les mail non désirés (software anti-spam).

4. Porter plainte : où? Comment?

Dans tous les cas il faut formuler sa plainte par écrit, préciser son identité, joindre la copie de la publicité ou sa description, indiquer dans quel média et quand elle est passée, argumenter sur ce qui semble choquant ou inexact, de préférence sur base d'arguments juridiques. Voilà encore une bonne activité à mener avec les jeunes!

Pour tous types de publicités

- Le Service d'Inspection du Ministère des Affaires Économiques, WTC III, 30 Bd Simon Bolivar, 1000 Bxl (02/208 36 11 – F : 02/208 39 15 – eco-inspec@pophost.eunet.be) www.mineco.fgov.be (dans la rubrique « protection des consommateurs : conseils sur où et comment porter plainte »).
- Dans le cas de publicités choquantes du point de vue moral, Le Jury d'Éthique Publicitaire, 120 av. Louise (bte 5), 1050 Bxl (02/502 70 70 F : 02/502 77 33 – jep@optinet.be). Le JEP n'a pas de pouvoir contraignant.

Pour les pubs audio-visuelles

- Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel dispose d'un pouvoir de sanction (amende ou obligation d'interrompre un spot). Évelyne Lentzen, CSA, 35 rue Jean Chapelié, 1050 Bruxelles (02/349 58 80 – F : 02/349 58 97 – csa@cfwb.be) www.csa.cfwb.be

5. Exprimer son avis de consommateur, agir collectivement

N'hésitez pas à vous adresser aux organisations de consommateurs (www.oivo-crioc.org) ou à exprimer votre opinion via les courriers des lecteurs dans les journaux ou certaines émissions.

Le Réseau Éco-consommation informe les consommateurs au sujet des produits écologiques et de leur utilisation (071/300 301). www.ecoconso.org

À lire avec les plus jeunes :

- Nul en pub, M. PIQUEMAL et S. BLOCH, éd. Rue du monde, 1997.

Patricia BERNAERT