

## Le silence face au tapage publicitaire

*Samedi, de 11 h à midi, une heure de silence  
contre la publicité ciblant les enfants.*

Samedi, aura lieu une manifestation hors du commun : une heure de silence contre la publicité destinée aux enfants, de 11 h à midi sur la placette Saint-Sébastien à Nancy. Elle est organisée par le Mouvement pour une Alternative Non-violente (MAN) et aura lieu dans plusieurs villes de France.

« Il y aura une ligne de gens silencieux qui tiennent une pancarte », explique Denys Crolotte du MAN. « Derrière, des gens distribueront des tracts et demanderont aux personnes intéressées de signer des cartes postales destinées au président de la République, au président du Conseil supérieur de l'audiovisuel et au président de l'Assemblée nationale. Nous ferons aussi une demande de loi contre la pub pour les moins de 12 ans. Nous avons choisi une position de silence pour s'opposer à la pub, qui est très tapageuse. »

Selon Denys Crolotte, la pub est néfaste à plus d'un titre. « La pub, c'est une boîte à rêves et à manipulation. Les enfants en sont les premières victimes, car ils sont plus malléables, ils apprennent la réalité

par ce qu'ils voient... Et ils sont une cible idéale pour influencer les achats de leurs parents. Du coup, ils deviennent prescripteurs des achats. Halte à la manipulation, on leur vole leur enfance et leur créativité ! Nous demandons qu'il n'y ait plus de pubs pour les enfants de moins de 12 ans, comme c'est le cas en Suède depuis plus de 10 ans. Là, les enfants de moins de 12 ans ne jouent pas dans des pubs et il n'existe pas de pubs destinées aux enfants. Nous avons le même objectif pour la France. Nous sommes même soutenus par des nutritionnistes, inquiets de l'obésité chez les 8-12 ans. »

Selon lui, les gens qui signent sont contents de trouver un espace de protestation. « On a des témoignages de gens en conflit avec leurs enfants pendant les courses, dus aux pubs ingurgitées par les mères. »

Une protestation bien ancrée dans l'actualité, avec la suppression de la pub le soir sur les chaînes publiques. « Il faudrait la favoriser aussi sur les chaînes privées », conclut Denys Crolotte.

**Isabelle CRAHAY**