



Communiqué de presse

3 novembre 2014

Critiques ou manipulés ? Pour de jeunes consommateurs responsables

Avec son nouveau rapport, la Commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse (CFEJ) se mobilise pour que les enfants et les jeunes acquièrent, dès leur plus jeune âge, les outils leur permettant d'adopter un comportement réfléchi en matière d'argent et de consommation. Des spécialistes du marketing, de la défense des consommateurs, de la prévention et de la recherche montrent, à partir de leur point de vue respectif, pourquoi il est si important que les enfants et les jeunes deviennent des consommateurs responsables et comment il est possible de les soutenir dans cet apprentissage.

Les interactions des enfants et jeunes avec les différents aspects de la consommation sont encore peu explorées. Alors que, dans une société toujours plus marquée par la culture de la consommation, les enfants sont de plus en plus tôt confrontés à l'univers de la consommation. Le rapport publié aujourd'hui s'adresse à tous ceux qui accompagnent les enfants et les jeunes dans leur développement : parents, enseignants, éducateurs, politiques, etc. Au fil des nombreuses contributions qui le composent, il aborde toute une série de questions : comment les enfants et les jeunes apprennent-ils à bien gérer l'argent ? Comment les jeunes consommateurs sont-ils courtisés par la publicité ? Les jeunes sont-ils confrontés à des risques d'endettement spécifiques ? Quels facteurs de protection et quelles mesures de prévention favorisent l'apprentissage d'une gestion responsable de l'argent et de la consommation ? Telles sont quelques-unes des questions que la CFEJ a approfondies dans son rapport. Ce dernier met également le doigt sur les domaines où il est nécessaire d'agir.

Espaces sans publicité ou pourquoi nous ne devrions pas exposer les enfants et les jeunes au matraquage publicitaire

Les enfants et les jeunes sont un groupe cible intéressant pour la publicité et le marketing : ils ont déjà de l'argent (de poche) et influencent le comportement d'achat de leurs parents. L'omniprésence en Suisse du marketing visant les enfants n'a dès lors rien d'étonnant. De nos jours, un enfant de dix ans connaît entre 300 et 400 noms de marque. Se trouvant en plein développement de leur personnalité et disposant d'une expérience réduite, les enfants et les jeunes sont un public plus facile à influencer. Voilà pourquoi il est si important de leur réserver des espaces sans publicité et notamment des lieux où ils peuvent apprendre sans subir d'influences commerciales. Ainsi, les logos des marques ne devraient apparaître ni sur le matériel scolaire ni lors de manifestations sportives. Dans cette idée, la CFEJ demande que les écoles enfantines, les écoles et les structures d'accueil extrafamilial restent des espaces sans publicité.

L'endettement n'est pas un problème spécifique des jeunes, mais...

Les données disponibles sur l'endettement des jeunes et jeunes adultes sont insuffisantes. Seules quelques études ont recensé des chiffres au niveau suisse (SILC 2011 et Panel suisse de ménages). L'enquête SILC 2011 (données de 2008) montre qu'environ 9 % des jeunes de 18 à 29 ans vivent dans un ménage avec des découverts bancaires ou des arriérés de paiement critiques. Ce pourcentage n'est pas plus important que celui des 30 à 49 ans. L'endettement n'est donc pas un problème spécifique aux jeunes, mais un fardeau général de notre société. Cependant, l'endettement

des jeunes est particulièrement grave en raison des restrictions lourdes et durables sur les perspectives d'avenir et les contacts sociaux qui peuvent en résulter.

Facteurs d'endettement spécifiques et mesures pour protéger les jeunes

Toute une série de facteurs peuvent conduire à l'endettement : perte d'un emploi bien rémunéré, naissance d'un enfant, divorce, maladie ou encore départ du foyer parental, étape qui concerne tout particulièrement les jeunes adultes.

Cependant, outre ces situations de vie, l'endettement des jeunes adultes peut aussi résulter de deux facteurs structurels : les impôts et les frais liés à la santé. Dans le canton de Bâle-Ville, par exemple, un quart des poursuites est imputable à des arriérés d'impôts et à peu près la même proportion à des défauts de paiement dans le domaine de l'assurance-maladie. Autrement dit, une poursuite sur deux est due à ces deux déclencheurs, contrairement à l'idée reçue selon laquelle l'endettement est provoqué par l'achat de sacs à main coûteux, de voitures de luxe ou par des vacances extravagantes.

S'il n'existe pas de mesures préventives contre les coups durs de la vie, des améliorations structurelles sont toutefois envisageables afin d'éviter de multiplier les risques d'endettement. La CFEJ estime qu'il est urgent de réfléchir aux mesures structurelles susceptibles de prévenir l'endettement, telles que par exemple le prélèvement de l'impôt à la source et la prise en charge directe par les caisses-maladie de toutes les prestations obligatoires (modèle du tiers payant). Par des mesures structurelles, il serait possible d'éviter de nombreux cas d'endettement chez les jeunes adultes.

Développer les compétences en matière de consommation dès l'enfance

Les enfants et les jeunes ont besoin d'espaces ou de possibilités d'expérimentation pour acquérir les comportements appropriés en matière d'argent et de consommation, que ce soit au sein de la famille, à l'école, lors d'activités de jeunesse extrascolaires etc. Comme pour apprendre à rouler à vélo ou à calculer, les compétences en matière de consommation s'acquièrent surtout par l'expérience et la pratique.

Pris à partie par la publicité avant même d'être capables de prendre des décisions d'achat et de disposer de leur propre argent, les enfants et les jeunes doivent être formés très tôt à la consommation. Pour leur être profitable, cette formation doit être adaptée à leur âge.

La recherche en matière de prévention montre que certains facteurs protègent de l'endettement, notamment la confiance en soi, la capacité à différer une gratification et un sentiment d'efficacité personnelle. En tant que personnes de référence et conseillers, les parents jouent un rôle majeur, notamment dans la promotion de ces facteurs de protection.

Conclusion

Pour apprendre à gérer leur argent et leur consommation, ne pas tomber dans le piège de l'endettement et éviter d'être manipulés par la publicité, les enfants et les jeunes doivent pouvoir compter sur des mesures de protection et d'encouragement. La CFEJ a formulé dans son rapport six recommandations à l'adresse du monde politique, de l'économie et de la société. Les trois principales sont :

1. Proscrire la publicité qui nuit aux enfants (notamment espaces sans publicité).
2. Eliminer les facteurs d'endettement structurels.
3. Développer les compétences en matière de consommation dès l'enfance.

En effet, de jeunes consommateurs informés, critiques et aptes à prendre leurs propres décisions maîtrisent mieux leur quotidien.

Renseignements :

Secrétariat de la CFEJ, ekkj-cfej@bsv.admin.ch, tél. 031 322 79 80

www.cfej.ch