

PRÉVENTION

Les jeunes doivent être mieux protégés contre la publicité

Mis à jour à 14h01

Il faut mieux protéger les enfants et les jeunes de la publicité et de l'endettement en les aidant dès leur plus jeune âge à devenir des consommateurs responsables.



Selon la commission fédérale, les enfants et les jeunes devraient en outre être initiés aux pièges de la publicité.
Image: ARCHIVES/AFP

Articles en relation

Les instituts de crédit pourront continuer à séduire les jeunes
Le National veut interdire la publicité agressive

La commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse recommande notamment de proscrire la publicité qui leur est nuisible ou de les sensibiliser par l'éducation.

Parmi les six recommandations publiées dans son rapport lundi, la commission propose d'une part

MacDonald's va alléger sa publicité pour les enfants

d'interdire «la publicité qui nuit aux enfants», mais aussi que les établissements scolaires ou les structures d'accueil extrafamilial restent des espaces sans publicité.

Partager & Commenter

Selon la commission, les enfants et les jeunes devraient en outre être initiés aux pièges de la publicité ou de l'endettement à l'école, mais aussi à la maison. Les enseignants et les parents devraient sensibiliser les enfants le plus tôt possible aux pièges liées à la consommation ou à l'endettement.

Les personnes de référence, conseillers ou les parents jouent en effet un rôle majeur. L'éducation ou la transmission de certaines valeurs peuvent par exemple influencer la confiance en soi, un facteur qui peut protéger de l'endettement. L'entourage doit les aider à acquérir les aptitudes nécessaires pour s'organiser et prendre les bonnes décisions.

Même si l'endettement n'est pas un problème spécifique des jeunes, celui-ci être «particulièrement grave en raison des restrictions lourdes et durables sur les perspectives d'avenir et les contacts sociaux qui peuvent en résulter», relève la commission.

Les impôts et les frais médicaux

Et de citer les deux principaux facteurs structurels qui conduisent à l'endettement de cette catégorie de population: les impôts et les frais liés à la santé. Or le prélèvement de l'impôt à la source et la prise en charge directe par les caisses maladie de toutes les prestations obligatoires permettraient de prévenir l'endettement, estime-t-elle.

La commission est d'avis que ces mesures doivent être prises le plus tôt possible, car les enfants et les jeunes sont un groupe cible intéressant pour la publicité et le marketing: ils ont de l'argent de poche et influencent les achats de leurs parents.

Les messages publicitaires pénètrent dans tous les domaines de la vie des enfants et des adolescents, comme par exemple Internet, et peuvent concurrencer ainsi les efforts éducatifs des parents.

«De nos jours, un enfant de dix ans connaît entre 300 et 400 noms de marque», constate la commission. Les enfants ont peu d'expérience et leur développement cognitif et psychosocial n'est pas terminé, «ils sont donc plus faciles à influencer», note-t-elle.

Ce matraquage est la raison pour laquelle la commission a publié ce rapport à l'adresse du monde politique, de l'économie et de la société. Des mesures doivent absolument être prises dans ce sens, conclut-elle. (ats/Newsnet)

Créé: 03.11.2014, 14h30

Aucun commentaire pour le moment