

PARLEMENT
DE LA
COMMUNAUTE FRANÇAISE

Session 2000-2001

6 DECEMBRE 2000

PROPOSITION DE RESOLUTION

VISANT A PROTEGER LES ENFANTS DE LA PUBLICITE A LA TELEVISION
DEPOSEE PAR MME **CORBISIER-HAGON** ET M. **BOUCHAT**

Le Parlement de la Communauté française

Considérant que les arguments de nature pédagogique doivent l'emporter sur des éléments de nature strictement commerciale dans la réflexion sur la publicité télévisée à destination des enfants;

Considérant l'intention de la prochaine présidence suédoise de l'Union européenne de prendre des initiatives en cette matière au niveau européen;

Considérant que les enfants influencent souvent la base de la consommation de toute une famille;

Considérant que la responsabilité des parents ne doit pas être éclipsée mais que tous les enfants ne sont pas égaux devant ce devoir des parents et que celui-ci ne peut s'exercer à tout moment parce que les parents ne peuvent être continuellement présents à côté de leurs enfants; que tout apprentissage étant progressif, celui du sens critique l'est aussi; que dès lors divers secteurs doivent contribuer à une meilleure éducation aux médias;

Considérant que les mécanismes publicitaires auxquels les enfants sont confrontés exploitent trop souvent des éléments émotionnels ayant sur eux un impact décisif; que les messages publicitaires qui leur sont destinés ne sont pas tous de type pédagogique ou centrés sur leur bien-être physique ou intellectuel;

Considérant que les recommandations non-contraignantes, telles que par exemple celles édictées par le Conseil de la consommation dans son code de conduite relatif à la publicité pour les fêtes enfantines telles que Saint-Nicolas, Noël, Pâques, ne semblent pas avoir entraîné de modification dans le comportement des chaînes de télévision à propos de la publicité destinée aux enfants, et que dès lors elles ne parviennent pas à remplir un objectif d'autorégulation du secteur publicitaire;

Considérant que les réglementations actuellement en vigueur en Communauté française ne paraissent manifestement pas suffisantes pour assurer une protection efficace des intérêts des enfants, tout particulièrement dans le cadre des émissions qui leur sont prioritairement destinées;

Considérant l'existence en Flandre et dans d'autres Etats membres de l'Union européenne de la règle des cinq minutes qui vise à interdire la publicité dans un laps de temps compris entre 5 minutes avant une émission pour enfants, jusqu'à 5 minutes après celle-ci;

Considérant l'importance des dangers liés à la surconsommation, particulièrement auprès des enfants qui ne sont pas en mesure d'émettre un jugement suffisamment critique par rapport à la publicité qui est diffusée à la télévision;

Considérant que la protection des enfants et des mineurs passe aussi par des réglementations spécifiques telles que la signalétique récemment adoptée par la Communauté française;

Considérant la position de la Ligue des familles à ce sujet et qui désire aussi mettre un terme aux abus;

Demande au Gouvernement de la Communauté française de:

— Soutenir les initiatives de la présidence suédoise de l'Union européenne quant aux mesures qu'elle envisage de faire adopter par les Etats membres en matière de publicité télévisée destinée aux enfants.

— Etudier la question de l'éducation à la consommation en Communauté française, et ce dès les premières années de la scolarisation.

A.-M. CORBISIER-HAGON.
A. BOUCHAT.