**14 - L'enfant, roi des spots**

Roi des spots et roi despote, l'enfant donnerait son avis sur 43% des achats familiaux et obtiendrait gain de cause dans 65% des cas. En outre, les moins de 18 ans disposeraient de 1,8 milliard d'euros d'argent de poche... Les annonceurs ont évidemment identifié depuis longtemps nos bambins comme « le maillon fort » de la consommation.

Partant de ce constat - qui n'est pas un scoop -, le rapport de la sociologue Monique Dagnaud, présenté [...] au cours du colloque « Enfance et publicité » [...] entend trancher une question plus complexe : faut-il protéger nos enfants de la pression publicitaire ? Et par là même soulager leurs frustrations ? D'abord, un constat : dans les années 90, la publicité a commencé à s'adresser systématiquement à l'enfant plutôt qu'à ses parents. Un souci d'efficacité qui, à titre d'exemple, a permis à la marque Kellog's de surpasser Quaker (tourné vers les parents). Loin d'être anecdotique, ce subterfuge balaie d'un coup « toute idée de hiérarchie des pouvoirs au sein de la famille », note Monique Dagnaud. A ce jour, seuls les Suédois ont réglementé ce problème.

Parallèlement, la pub s'est efforcée de brouiller la notion de temps et de classe d'âge. Les marques pour adultes se sont ainsi ouvert une voie royale pour décliner leurs produits en « gamme junior » : shampooing, parfum, maquillage, bijou...

Enfin, la sociologue constate et déplore que la distinction entre programmes jeunesse et publicité se dissolve sous l'effet des jumelages entre dessins animés et produits dérivés (auxquels les chaînes de télé sont intéressées). Pour marquer la césure, le CSA a imposé à TF1 et à M6 une durée minimale de quatre secondes d'annonce des écrans publicitaires. Monique Dagnaud propose d'aller plus loin : il s'agirait d'interdire les spots liés aux produits dérivés avant 21 heures... Des recommandations qui feront hurler tous les marchands.

(313 mots)

Emmanuel Berretta, *Le Point*, 22 mars 2002

--------------------------

**Questionnaire :**

1. Expliquez le jeu de mots contenu dans la 1èreligne : « roi des spots et roi despote ».

2. Quels sont les problèmes liés à la tendance publicitaire décrite dans cet article ?