

Colloque sur la campagne du MAN
« Télé, pas de publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans. »
vendredi 23 octobre 2009 au Sénat

**Inscription préalable et obligatoire
dans la limite des places disponibles.**

**Merci de contacter le secrétariat du MAN
afin de nous communiquer vos coordonnées
et de vous inscrire sur les listes de participants.**

**114 rue de Vaugirard
75006 Paris
tél/fax : 01 45 44 48 25
man@nonviolence.fr**

Informations pratiques

Lieu : Sénat
15, rue de Vaugirard
75006 PARIS

Accès :
- les stations de métro : Odéon (L4), Mabillon (L 10), Saint-Michel (L4), Cluny (L.10)
- le RER : stations Luxembourg, Cluny-la-Sorbonne, Saint-Michel (RER B)
- les lignes d'autobus les plus proches donnant accès au Palais du Luxembourg sont les suivantes : 58, 84, 89

**Veillez vous munir d'une pièce d'identité
en vue d'accéder au Sénat.**

Vendredi 23 octobre de 9h00 à 17h30

9h00 – 12h30

- François Vaillant, rédacteur en chef de la revue Alternatives Non-Violentes : « Action non-violente et campagne du MAN. Diaporama »
- François Brune, écrivain, collaborateur du Monde Diplomatique : « Quand l'idéologie publicitaire s'attaque aussi aux jeunes enfants ».
- Dominique Sénore, directeur adjoint à l'IUFM/UCBL de Lyon : « La publicité télévisée nuit-elle à l'éducation des enfants ? »
- Isabelle Darnis, diététicienne, nutritionniste et clinicienne : « La publicité télévisée nuit-elle à la santé des enfants ? ».

12h30 - 14h00 : pause déjeuner

14h00-17h30

- Françoise Minot, maître de conférences en Sciences del'information et de la communication : « Publicité et représentation ethnique le mercredi sur TF1 »
- Jean-Philippe Desbordes, journaliste, réalisateur et documentariste : « Le choix n'est-il qu'entre la pub destinée aux enfants et le chômage des publicitaires ? »
- Ateliers : échanges – rencontre – débats
- Nathalie Berguerand, directrice adjointe de Cap Canal : « Une autre télévision destinée à la jeunesse est possible ! »

Signez la pétition sur
www.nonpubenfants.org/

Merci d'écrire très lisiblement

NOM : Prénom :

Adresse :

Code Postal : Ville :

E-mail (facultatif *) :@.....

Je m'inscris au colloque du 23 octobre 2009 au Sénat (dans la limite des places disponibles), et me présenterai à l'accueil munis d'une pièce d'identité.

J'ai signé la pétition en ligne, et je souhaite être tenu informé(e) des suites de la campagne «Télé, pas de publicité destinée aux moins de 12 ans»

* Cette indication servira uniquement au MAN à confirmer que vous êtes bien inscrit(e) et à vous envoyer le programme détaillé du Colloque, avec une bibliographie.



COLLOQUE
« Télé, pas de publicité destinée
aux enfants de moins de 12 ans. »

Vendredi 23 octobre 2009
9h à 17h30



organisé par :

Jacques Muller, Sénateur du Haut-Rhin
et Maire de wattwiller

le Mouvement pour une
Alternative Non-violente

et avec le soutien de



Colloque sur la campagne du MAN
« Télé, pas de publicité destinée
aux enfants de moins de 12 ans »,
23 octobre 2009 au Sénat

Les enfants et la télé.

La télévision se présente comme un phénomène de société. La télévision est un outil de communication et d'information, pour une vie culturelle sociale et politique. Elle est également un moyen de divertissement. Or, elle est devenue un vecteur de violence.

Les enfants regardent la télévision en moyenne 2h 30 par jour. Les adultes encore plus, mais nous avons choisi, pour la campagne du MAN, de ne porter notre attention que sur les enfants de moins de 12 ans.

Les experts nous disent qu'un enfant de moins de 8 ans ne fait pas la distinction à la télévision entre la réalité ou une fiction, et qu'il lui faut avoir 12 ans pour commencer à nourrir un esprit critique à l'égard de ce qu'il voit et entend en provenance du célèbre petit écran.

La publicité, violence télévisée.

Parmi les violences que la télévision véhicule, il y a celle de la publicité qui a pour but de capturer l'enfant en le captivant.

Comment un jeune enfant peut-il résister à la vue des 60 spots publicitaires du mercredi matin, vantant sodas pétillants, crèmes onctueuses, vêtements dernier cri ?

Toute la publicité destinée à être vue par les enfants est à considérer, selon la philosophe Blandine Kriegel, comme « une violence télévisée qui ne reflète pas la demande du public, mais qui est le produit d'un système de marketing. Cette violence exerce un effet d'incubation culturelle en contribuant à long terme à une dévalorisation du monde ». Obésité, déstructuration des repas, mise à mal de l'autorité parentale, perte des valeurs etc. la publicité destinée aux enfants est à considérer comme une violence majeure que presque personne ne débusque, critique ou combat.

L'objectif de la campagne du MAN est d'exiger des pouvoirs publics une loi avec décret d'application, qui interdise toute publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans.

Une telle loi existe déjà en Suède, pour les chaînes du service public et les chaînes commerciales, pourquoi pas aussi en France ?

Ce colloque est ouvert à tous. Inscription obligatoire

www.nonpubenfants.org/

MAN
114 rue de Vaugirard
75006 Paris