

Peut-on résister à la publicité ?

Pourquoi supprimer la pub sur France TV?

France Télévisions, ce sont toutes les chaînes publiques (France 2, 3, 4, 5). À l'inverse des chaînes commerciales comme TF1 ou M6, qui se financent à 100 % par la publicité, elles sont financées en majorité par l'État. L'État ? C'est d'abord les Français possesseurs d'un téléviseur qui payent un impôt, la "redevance", pour que ces chaînes puissent fonctionner. L'État, c'est aussi le président de la République qui décide de la politique du pays. Il y a un an, Nicolas Sarkozy avait dit qu'il voulait supprimer la pub sur les chaînes publiques. Le but ? Les délivrer de la pression de l'Audimat. En clair : les chaînes se livrent à une guerre d'audience pour capter la pub. Cette guerre appauvrit les programmes, formatés pour plaire au plus grand nombre. Cette course à l'audience n'est pas l'objectif de la télévision publique.

À qui profite cet arrêt de la publicité ?

En apparence, il profite au public qui aura des programmes ambitieux... Merveilleux ! Mais rien n'est aussi simple. D'abord, France Télévisions

Le 5 janvier, il n'y aura plus de publicité après 20h sur France Télévisions. Fin 2011, elle disparaîtra complètement. Cette décision étonnante met l'accent sur la place qu'occupe la pub dans notre société.

redevance. Du coup, les chaînes commerciales et opérateurs de téléphonie seront taxés pour payer la note. Pour les premières, pas de problème : la fin de la pub sur le service public est un beau cadeau : ça leur en fera plus ! Pour les seconds : ne risquent-ils pas de se rattraper en augmentant leurs tarifs ? Enfin, une télé libérée de la pub dépend bien plus du pouvoir. Le président de la République a dit qu'il choisirait lui-même le prochain patron de France TV. Et s'il décidait aussi un jour de réduire le budget de la télé ?



Sous influence

"Je pense être influencé par la pub. Si une pub pour un produit est meilleure qu'une autre, c'est vrai qu'on aura tendance à acheter ce produit-là. Mais on reste libre, quand même ! D'ailleurs, quand les pubs passent trop souvent à la télé, elles finissent par m'énervier."

Jordan

proteste : "Nous faisons déjà de la qualité, mais avec de l'audience !" Pas faux, et pas évident du coup d'imaginer les futurs programmes sans pub. Si plus de qualité veut dire plus ennuyeux, pas sûr qu'on y gagne ! Ensuite, cette mesure coûte cher.

À France Télévisions, la pub après 20 h rapporte 450 millions d'euros par an : une somme à trouver ailleurs, sans parler des programmes qu'il faut acheter pour diffuser à la place de la pub ! En période de crise, pas question d'augmenter la

Médias et pub font-ils bon ménage ?

Grâce à la télé, la radio et les journaux, la publicité peut s'adresser aux consommateurs. Et du côté des médias, la pub est un des moyens de leur

financement. Ils ont besoin d'elle. S'il n'y avait pas de pub dans *Okapi*, l'abonnement serait plus cher ! On peut donc dire que la pub donne aux médias les moyens d'assurer leur rôle. Mais elle les restreint aussi : dur de critiquer des entreprises qui



Pub sous contrôle?

La pub n'a pas tous les droits. En France, l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité veille. Cet organisme s'assure que les publicités restent "loyales, véridiques et saines". Il surveille particulièrement les pubs à destination des enfants, qui ne doivent pas abuser de leur crédulité. Et celles pour les produits alimentaires, qui comportent désormais des messages de santé visant à lutter contre l'obésité.

achètent de l'espace publicitaire ! C'est pourquoi on est partagé sur la suppression de la pub sur France Télévisions : d'un côté, on se réjouit que la télé publique ne soit plus dépendante des marques ; de l'autre, on se demande qui payera pour cette indépendance. Après tout, on peut bien supporter quelques spots... bien utiles pour une pause pipi entre deux épisodes de sa série préférée !

La pub manipule ?

Le dictionnaire la définit comme "l'ensemble des moyens pour faire connaître un produit et inciter à l'acquiescer". Elle comporte donc une information ("t'as vu, je fabrique du café") et une séduction ("il est si bon que George Clooney en boit"). Si la pub ne ment pas forcément (la publicité mensongère est punie par la loi), elle joue avec les mots et les images pour déclencher l'acte d'achat ("si tu bois mon café, tu seras aussi beau que George Clooney !"). Les gens ne sont pas dupes : en 2007, 80 % des Français trouvaient la pub envahissante. Il n'empêche que ça marche : en 2004, un chercheur américain avait fait goûter du Coca et du Pepsi à un groupe. Dégustés dans



Trop... faux

"Les pubs pour les produits de beauté, on voit bien que c'est trop : les femmes sont trop belles, leur peau trop lisse ! La pub essaie de nous manipuler, et certains succombent. Au pire, on ne perd qu'un peu d'argent."

Maissane

un verre, les deux sodas étaient à égalité. Mais bus à la bouteille, avec l'étiquette bien visible, c'est Coca qui était préféré : celle des deux marques qui a le plus gros budget pub. La pub joue aussi avec l'inconscient des enfants. Facilement manipulables ils sont leur cible privilégiée. Avant 8 ans, ils ne font pas la différence entre émission et publicité. En Suède, la pub destinée aux moins de 12 ans est interdite à la télé. Chez nous, les pubs pour les sucreries envahissent les programmes de dessins animés. Résultat : les 7-12 ans sont deux fois plus nombreux qu'il y a vingt ans à dicter leur choix d'alimentation à leurs parents*. À l'âge où on se construit, les marques sont très importantes. Elles ont bien compris en effet l'intérêt qu'elles avaient à s'adresser directement à leur "cible".

* Étude de l'Institut Junior-City, publiée en 2005.

Comment la publicité évolue-t-elle ?

La pub, ce n'est plus seulement des pages dans les journaux et des spots à la télé ou à la radio. Elle s'infiltre partout et d'abord sur ton portable. Tu te promènes dans la rue quand un SMS arrive. Une copine ? Non, une offre pour tester un parfum dans une boutique voisine ! De plus en plus de panneaux d'affichage sont équipés de systèmes qui envoient des messages aux portables du voisinage. La pub avance masquée. Au ciné : c'est fou comme on voit bien les marques dans certains films, non ? Dans ton collège : les profs reçoivent des kits pédagogiques "offerts" par des sociétés qui n'oublient pas de montrer leur logo. Sur Internet, les marques traînent discrètement sur les forums ados pour vanter les mérites de leurs produits à leurs "copains-clients".

Peut-on échapper à la pub ?

Impossible, à moins de vivre dans une grotte au fond des steppes kazakhes. Il faut s'en accommoder, et savoir qu'il existe des parades. Tu ne veux plus que ta boîte aux lettres déborde de prospectus ? Tu peux y apposer un autocollant "Stop Pub" (super pour l'environnement, car ça économise jusqu'à 40 kg de papier par an). Tes parents peuvent aussi demander à être inscrits sur la "liste orange", qui engage France Télécom à ne pas céder vos coordonnées à d'autres entreprises. D'une manière générale, chaque fois qu'ils remplissent un formulaire, la loi les autorise à s'opposer à leur utilisation commerciale. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.cnil.fr, le site de la Commission nationale de l'informatique et des libertés. Comment ça, je fais de la pub à ce site ?

Les "pro" et les "anti"

Les publivores ont chaque année leur Nuit, durant laquelle ils visionnent plusieurs centaines de spots tournés dans plus de 60 pays. Certaines pubs, vraiment très drôles, passent de portable en portable.

Les publiphobes, eux, détestent la pub. Ils militent au sein d'associations (Casseurs de pub, Collectif des déboulonneurs) qui dénoncent ses excès. Spectaculaires, leurs actions (barbouillages, détournements...) restent non violentes.

Cette publicité n'a aucun intérêt.

Opel vous offre un Crédit Auto à 0%

du 1er octobre au 30 décembre 2008
180 €/an pour un crédit de 2 à 36 mois
taux annuel de 20%

JCDcaux

PÂTISSERIE

Boulangerie