

Communiqué de presse – 2 juillet 2009

Une carte jeunes oui, Une carte jeunes pigeons, pas question.

Le ministre de la jeunesse de la Communauté française lance un projet de « carte jeunes européenne ». La plate-forme VAP ! considère que **ce projet est profondément structuré par une logique publicitaire marchande à rebours des engagements des pouvoirs publics en matière d'éducation permanente, de jeunesse et de développement durable.**

VAP ! constate que ce projet pose de nombreuses questions qui appellent des réponses du Ministre :

- quelle est la liste des partenaires qui ont officiellement confirmé leur participation à ce projet ?
- de quelle façon les partenaires commerciaux participant à cette initiative vont-ils inciter les jeunes à consommer moins et mieux, comme l'exigerait la crise environnementale qui sévit ?
- le ministre se défend du caractère publicitaire de cette initiative. Pourquoi alors confier la gestion de cette « carte jeunes » à l'entreprise commerciale Pumbby, spécialisée dans la publicité sur téléphone mobile et dont la cible principale est la jeunesse ?
- quels sont les critères qui ont été employés pour décider de l'octroi de 100.000 euros de fonds publics pour le lancement de cette « carte jeunes » ?
- le parlement a-t-il été consulté pour décider d'attribuer ces fonds publics à cette initiative, alors que la presse fait état d'un budget communautaire mis sous très forte pression ?

Les associations membres de VAP ! se déclarent fortement préoccupées par ce projet de « carte jeunes » qui constitue de toute évidence une **nouvelle intrusion publicitaire dans la vie des jeunes**, déjà soumis à un matraquage commercial incessant. Vap ! sera d'autant plus attentive à ce projet de « carte jeunes » publicitaire qu'il s'adresse à *l'ensemble de la jeunesse de la Communauté française*.

VAP ! demande instamment aux Parlementaires de la Communauté française de se saisir de ce dossier et de ne pas accepter que les deniers publics - dont l'utilisation doit être particulièrement pesée en ces temps de crise - sponsorisent le matraquage publicitaire des jeunes en les poussant à la surconsommation.

Le logo ailé du projet de carte jeune lancé par le ministre de la jeunesse de la Communauté française invite à la métaphore : en lieu et place d'ailes émancipatrices qu'elles symbolisent, la VAP ! y voit des ailes de pigeon.

Plate-forme Vigilance Action Publicité – VAP !

www.vigilanceactionpub.org



Sources photomontage : images Luc Viatour et www.cartejeunes.be