

Marketing responsable, accompagnement des parents



En ces temps marqués par l'omniprésence d'un éditorialisme qui impose sur tous les supports un pseudo langage d'expertise et de politologue et dont la capacité de nuisance fascine désormais de plus en plus de blogueurs*, l'association Enjeux e-médias a déployé plusieurs initiatives.** Dans le cadre de la mission confiée par Mme Filippetti à Mme Sirinelli, à propos de la mise en place d'un Conseil de presse, en France, Enjeux e-médias a proposé que la création de ce Conseil s'inscrive dans une orientation de co-régulation (industriels, journalistes, société civile) et non dans une autorégulation de la profession qui s'adjoindrait la présence du « public » à la marge.

Au regard de la désaffection du public et de sa perte de confiance envers les médias, l'urgence et la nécessité d'une instance de régulation des pratiques journalistiques ne sont plus à démontrer. Enjeux e-médias souhaite donc que la création d'un tel Conseil soit posée à une échelle « politique » et « citoyenne », ce qui permettrait de « sortir » des débats corporatistes qui en bloquent toute avancée.

Fort de cette analyse Enjeux e-médias a également participé à la journée de présentation du livret de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) du secteur des médias, le jeudi 6 mars 2014.

Le collectif qui soutient également la prise en compte par les entreprises de leur responsabilité vis-à-vis des effets sur la société et sur leurs publics souhaite jouer un rôle actif en tant que partie prenante par son action au coeur des questions de déontologie de l'information, de protection des données personnelles, de prise en compte des intérêts des jeunes publics, du marketing responsable et de l'éducation aux médias. Dans la dynamique de cet espace d'échanges et de dialogues le collectif a fait la proposition au Forum Médias RSE d'entamer ou de poursuivre un travail approfondi sous forme d'ateliers de réflexion et d'échanges sur cinq des axes qui ont été retenus.

Sur le marketing responsable : la question de la publicité dans les espaces pour enfants, des jeux d'argent et de hasard, au moment où le rapport de l'observatoire mis en place pointe les effets sur les publics fragiles...

Sur l'accompagnement des parents, pour aller vers un changement d'échelle, par la diffusion large, de contenus d'éducation aux médias... Sur la protection de l'enfance par rapport à l'offre de télé-réalité, aux contenus violents, à l'image des jeunes renvoyée par les médias...

Le rétablissement de la confiance du public dans les médias d'information par la création d'un Conseil de presse, à l'échelle du secteur... La valorisation de l'action des médiateurs dans les médias...

* Voir le dossier 42 de la revue Lignes consacré à la pensée critique contre l'éditorialisme. octobre 2013.

**<http://www.enjeuxemedias.org/enjeux-e-medias-recue-au-ministère>
<http://www.enjeuxemedias.org/rapport-sirinelli-un-essai-a>
<http://www.cemea.asso.fr/multimedia/enfants-medias/spip.php?article1234>

Bertrand Chavaroc rédacteur en chef & **Christian Gautellier** directeur de la publication

[Texte paru dans VEN n°554](#)