



Source : <https://www.sortirdunucleaire.org/Publicite-pro-nucleaire-Tromperie>

Réseau Sortir du nucléaire > Informez

vous > Revue "Sortir du nucléaire" > Sortir du nucléaire n°41 > **Publicité pro-nucléaire : Tromperie et manipulation dans la presse pour jeunes**

1er février 2009

Publicité pro-nucléaire : Tromperie et manipulation dans la presse pour jeunes

Le Réseau "Sortir du nucléaire" accuse Areva et quatre magazines pour jeunes de tromperie.

Le Réseau "Sortir du nucléaire" a déposé devant le tout nouveau Jury de déontologie publicitaire cinq plaintes contre Areva et quatre magazines spécialisés pour les jeunes (Science et Vie Junior, Images doc, Les Clés de l'actualité et Clés de l'actualité Junior).

Dans ces magazines, l'entreprise nucléaire mène une puissante offensive publicitaire marquée par des méthodes intolérables ayant clairement pour but de tromper les jeunes lecteurs et de les influencer en faveur du nucléaire.

Dans ces magazines, Areva ne s'est pas contentée de s'offrir des nombreuses pages de publicité : l'entreprise a surtout trompé les jeunes lecteurs en faisant passer ses publicités pour des jeux et des articles (dans Science et Vie Junior), ou des dossiers "de la rédaction" dans les quatre magazines.

Le contenu de ces encarts est bien sûr outrageusement pro-nucléaire et contient des "informations" du genre "Areva est une grande entreprise industrielle internationale qui propose des solutions pour produire de l'énergie sans CO2." Rien à voir avec les informations équilibrées que les jeunes sont en droit d'attendre sur un tel sujet de société.

Les magazines ont participé à la tromperie et cautionné le contenu pronucléaire de ces "vraies-fausses" publicités en y apposant leurs logos et signatures.

Pire : la mention "publicité" est parfois absente, ou alors remplacée par "Publi-info - Science et Vie Junior" ou "Publi-information en partenariat avec les Clés de l'actualité", ce qui laisse croire que les documents en question ont été rédigés par les rédactions des magazines en question, alors qu'ils l'ont été en totalité par Areva.

Et, au cas où les jeunes lecteurs n'auraient pas encore "mordu à l'hameçon", des formulations et des

montages trompeurs accréditent encore l'idée que ce sont les rédactions qui sont responsables du contenu des pages concernées. Ainsi, un quatre-pages d'Areva est signé "Areva avec Images doc", un autre est signé "Les Clés de l'actualité, avec la collaboration d'Areva" : il s'agit d'une tromperie manifeste.

Les demandes de rectificatifs par le Réseau "Sortir du nucléaire" se sont soldées par des pseudo-excuses ou... des "propositions commerciales" : acheter des publicités dans Science et Vie Junior pour "répondre" à Areva !

Constatant certainement que ses nombreuses publicités "ordinaires" avaient du mal à convaincre les jeunes, Areva s'est assurée la caution des magazines dans le but évident que les jeunes lecteurs se disent "Le nucléaire ne peut pas être une mauvaise chose puisque mon magazine préféré s'affiche ouvertement avec Areva". Ces méthodes sont d'autant plus injustifiables qu'elles visent des jeunes lecteurs qui n'ont pas forcément l'expérience et le recul pour décrypter les tromperies. C'est aussi une atteinte à la laïcité (au sens large du terme, désignant un principe de séparation), d'autant que de nombreux établissements scolaires reçoivent ces magazines.

Le Réseau "Sortir du nucléaire" a saisi le Jury de déontologie publicitaire (JDP) mais ce dernier nous a simplement répondu qu'il n'y avait pas lieu de se prononcer sur notre plainte. Le Réseau "Sortir du nucléaire" entend aussi saisir la justice dans cette affaire.

Nous savons bien que les journalistes ne sont pas responsables de ces manoeuvres indignes (les publicités sont souvent placées dans les revues indépendamment des articles), mais nous ne pouvons laisser faire.

Nous pensons qu'il serait nécessaire qu'un dossier entier revienne, dès que possible, sur l'ensemble de cette affaire dans ces revues pour jeunes. Ce serait la meilleure façon d'expliquer aux jeunes lecteurs comment ils ont été trompés par Areva, par quel processus ces "vraies-fausse" publicités ont pu être publiées.

Stéphane Lhomme

stephane.lhomme@sortirdunucleaire.fr

Voir le dossier complet et les publicités en question sur :

<https://www.sortirdunucleaire.org/>