

# Opération rentrée sans marques : bouter la pub hors de l'école

Pour la quatrième année consécutive, l'association lyonnaise Casseurs de pub lance l'opération "Une rentrée sans marques". Un appel à la mobilisation, partout en France, contre la publicité qui pénètre progressivement à l'école, en contradiction avec le principe de "neutralité commerciale" institué en 2001.

L'opération vise cette année le milieu enseignant en particulier et est relayée par plusieurs organisations, dont le site Instits sur le Net.

Benjamin, 25 ans, membre de l'association lyonnaise Casseurs de pub, ne cesse de le marteler : "L'école est le lieu d'apprentissage de la citoyenneté. Or l'entreprise ne peut être citoyenne, puisqu'elle obéit à une logique économique". L'objectif de la campagne "Une rentrée sans marques" est de "rappeler ces principes de base qui ne sont plus appliqués. Un enfant se construit sur des valeurs, pas sur des pratiques commerciales" ajoute Benjamin.

"Le développement de la publicité à l'école est inséparable de la volonté des Maîtres du monde de s'approprier son contenu éducatif", écrit le politologue Paul Ariès, en introduction au manifeste de la campagne. Cibler les enfants dans le lieu même de l'enseignement, c'est espérer toucher des petits consommateurs en devenir, fortement prescripteurs auprès de leurs parents...

*Par*

**Publié sur Cafeduweb - Archives le lundi 1 septembre 2003**

Consultable en ligne : <http://archives.cafeduweb.com/lire/3463-operation-rentree-sans-marques-bouter-pub-hors-l039ecole.html>