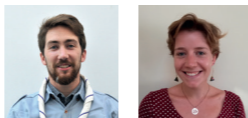


Par Gilles, animateur fédéral
Relations extérieures, et
Carole, chargée de projets



Sollicitations commerciales et publicitaires : le chant des sirènes à l'approche des camps

« **La légende n'est pas à vendre** » ! Peut-être as-tu déjà lu ou entendu cette phrase tirée d'une position fédérale des Scouts en Gidsen Vlaanderen. Celle-ci fait écho à la tendance de plus en plus marquée qu'ont les marques à utiliser l'image des mouvements de jeunesse à des fins commerciales. Et ça, tu t'en doutes, ça nous pose problème.

Un peu de contexte

En Belgique, les mouvements de jeunesse en général, et le scoutisme en particulier, rencontrent un grand succès auprès des jeunes. Cette notoriété pousse de nombreuses marques à vouloir associer leur image à celle de notre mouvement et à tenter de faire des scouts le public cible de produits et promotions.

Au 21, nous sommes particulièrement attentifs aux initiatives allant dans ce sens. En effet, nous tenons à préserver notre identité, notre indépendance, nos valeurs et notre mission éducative. Le scoutisme appartient à ceux qui le font vivre et tout l'univers qu'il charrie - les jeux dans les bois, les camps d'été, les foulards autour du cou - ne doivent en aucun cas devenir des arguments de ventes ou des opportunités de récolte de données.

En tant qu'animateur ou équipier d'unité, nous te demandons donc d'être particulièrement attentif aux sollicitations dont tes groupes pourraient faire l'objet et aux actions visant le public scout. Si tu as un

doute ou que tu constates une utilisation de notre image qui te semble inappropriée, n'hésite jamais à contacter le service des relations extérieures du 21 à l'adresse lesscouts@lesscouts.be.

Proposition de sampling

Le sampling est un procédé marketing visant à distribuer gratuitement des échantillons d'un produit en vue de le faire connaître à un certain public cible. Si ton unité fait l'objet d'une proposition de ce type, nous t'invitons à décliner l'offre. En effet, quelles que soient les valeurs véhiculées par cette marque et la sympathie que nous pouvons éprouver à son égard, **nous ne souhaitons pas que les scouts deviennent la cible de publicitaires**.

En outre, ces distributions font souvent l'objet de photos, voire de vidéos qui pourront être utilisées par la suite par la marque afin de promouvoir son produit. Il convient donc d'y être attentif afin d'éviter que l'image des scouts ne soit utilisée à des fins marketing.

Promotions spéciales pour les scouts

Organiser un camp passe notamment par la gestion du budget et on sait que lorsqu'il s'agit d'assurer l'intendance pour trente scouts durant dix jours, toute économie est bonne à prendre. Ainsi, à l'approche des camps, il n'est pas rare de voir fleurir les promotions à destination des groupes scouts. Celles-ci vont de la simple affiche publicitaire renseignant « *Les promotions pour le camp* », à la récolte de timbres qui donnent droit à des produits supplémentaires gratuits.

Si ces initiatives peuvent représenter une véritable aubaine pour les groupes, nous te demandons toutefois d'y être attentif. En effet, la philanthropie pure est rare dans le domaine commercial. Ces promotions impliquent souvent un **partage de données** (coordonnées du groupe voire du lieu de camp) et sont systématiquement le reflet de la volonté de **se servir du scoutisme comme incitant à la consommation**.

Notre fédération n'est partenaire d'aucune initiative de ce type.

Les seuls partenariats commerciaux que nous entretenons sont liés à des **produits et services directement utiles dans le cadre du scoutisme** : Alpino pour l'achat de tentes et matériel de camp à prix réduits, Keolis et Europcar pour la location de véhicules à des tarifs préférentiels, IGN pour l'achat de cartes...

En ce qui concerne les aides financières liées à l'intendance, nous invitons les groupes à se tourner vers l'APAQ-W et son action #JeCuisineLocal au camp d'été.

Reportages et articles sur les activités scout

Le scoutisme connaissant un grand succès en Belgique, les médias n'hésitent pas à traiter le sujet et certains vont même jusqu'à utiliser cette image dans des séries télé ! Si cela contribue à faire connaître le mouvement, une fois encore, il est nécessaire d'être attentif à la manière dont les images et les témoignages sont utilisés. En tant qu'acteurs de terrain, toi et les membres de ton unité êtes **porteurs de l'image du mouvement** et vous devez donc être prudent à l'image que vous renvoyez. **Si vous êtes sollicités dans le cadre d'un reportage et que vous avez un doute, gardez en tête que vous pouvez toujours décliner l'offre ou revenir vers le service presse du 21 pour être conseillé.**

Tu l'auras compris, le scoutisme est d'une certaine façon, victime de son succès. La notoriété du phénomène en Belgique amène chez beaucoup de marques la tentation de se servir de l'image du scoutisme pour se faire connaître, promouvoir un produit ou simplement pour s'associer les valeurs de notre mouvement.

Nous essayons de garder un œil aussi attentif que possible sur toutes les tentatives d'utilisation de notre image mais il arrive que certaines démarches passent sous notre radar. Nous comptons dès lors sur ton œil de lynx et sur ta proximité avec le terrain pour nous remonter les sollicitations douteuses ou pour sensibiliser tes animateurs à l'importance d'être attentifs aux initiatives auxquelles ils envisagent de s'associer. Merci ! 😊

