

**Courrier**  
INTERNATIONAL  
pour **Directmatin** PLUS

**États-Unis.** Pour favoriser les adoptions d'adolescents, plus difficiles que celles des bébés, des Etats américains font appel au marketing. Quitte, explique *USA Today*, à donner l'impression qu'il s'agit de biens de consommation.

# Ados à adopter, qui veut mes ados ?

## REPÈRES

■ En France, l'affaire de L'Arche de Zoé a récemment relancé le débat sur l'adoption internationale, qui concerne la majorité des adoptions. Le sujet est épineux, et met face à face riches et pauvres, Nord et Sud, Blancs et Noirs. «Aujourd'hui, certains indices montrent qu'un commerce est en train de se développer autour des enfants pauvres d'Afrique et d'Asie», écrivait alors l'intellectuel arabe Mohamed al-Haddad dans les colonnes d'*Al-Hayat*, même si «les motivations [de l'adoption] ne sont pas toujours infâmes; elles sont le plus souvent innocentes, voire philanthropiques».



© DESSIN EDSTEIN, ETATS-UNIS - CARTOONS@COURRIERINTERNATIONAL.COM

**«T'as entendu parler de cet enfant dont les parents biologiques font un procès aux parents adoptifs pour le récupérer? – C'est quoi, des parents?»**

**M**ichael, 15 ans, est un garçon tranquille qui aime les jeux de société. Il aimerait idéalement trouver une famille avec un père, une mère et des frères et sœurs. Cera, 13 ans, aime chanter et jouer au basket-ball. Un père ou une mère célibataire ou un couple ferait une famille parfaite pour elle. Des photos accompagnées de ce type de description se multiplient sur les sites internet, dans les magazines et les kiosques des centres commerciaux. Les organismes publics de protection des orphelins utilisent de plus en plus les techniques de marketing pour trouver une famille permanente pour des milliers d'enfants sans parents.

**« Certaines personnes estiment que c'est de l'exploitation »**

Erica Zielewski, Urban Institute

Etats-Unis, 50 000 enfants venant d'orphelinats publics sont adoptés chaque année. Les statistiques sont stables, mais elles signifient que 50 000 enfants doivent rester chaque année dans les foyers familiaux ou de groupe. Selon Mme Zielewski, un enfant demeure en moyenne trois à quatre ans dans un foyer.

Des mesures mises en place au niveau fédéral et destinées à encourager l'augmentation du nombre d'adoptions obligent les Etats à faire preuve de créativité. La loi sur l'adoption et la famille de 1997 (Adoption and Safe Families Act) prévoit en effet le versement de centaines de milliers de dollars aux Etats qui réussissent à améliorer leurs chiffres d'une année sur l'autre.

Dans l'Indiana, le département des services à l'enfance prévoit de consacrer 4 millions de dollars à la recherche de foyers pour des enfants comme Michael et Cera. Ils sont nombreux à figurer sur le site internet – où ne sont listés que leurs prénoms – et dans la publication mensuelle des services publics d'adoption.

Dans l'Illinois, une exposition itinérante de photos d'enfants adoptables a été organisée dans

le cadre du programme Heart Gallery [Galerie du cœur]. L'exposition est présentée par des spécialistes de l'adoption.

Au Texas, une campagne médiatique utilisant télévision, radio et panneaux d'affichage a permis d'augmenter de 20 % en 2007 le nombre d'adoptions. Le Texas compte poursuivre ses efforts en 2008. Selon Darrell Azar, porte-parole du département des services à l'enfance et à la famille, l'augmentation du nombre d'adoptions en 2005 au Texas a valu à celui-ci une subvention de 300 000 dollars du gouvernement fédéral. Cet argent a permis la réalisation et la diffusion de spots publicitaires sur l'adoption d'adolescents, sur le thème «Pourquoi pas moi?»

L'Oklahoma également a mis en place une exposition itinérante analogue à la Heart Gallery, posté des listes d'enfants sur son site internet et organisé des réunions FutureWare. Ce concept s'inspire des réunions Tupperware: les parents adoptifs invitent leurs amis et leurs collègues à la maison, explique Audrey Banks, représentante pour l'adoption au département des services sociaux de l'Oklahoma. «C'est une sortie agréable, affirme-t-elle. Et ça permet de faire prendre conscience aux gens du manque de familles adoptives.»

Le fait de placer sur Internet des photos d'enfants qui ont déjà des difficultés soulève un débat éthique, reconnaît Mme Zielewski. Pour Dawn Robertson, porte-parole de Honk for Kids, une organisation basée en Indiana, «choisir un enfant comme si on feuilletait un catalogue Sears semble plutôt inapproprié, du moins ça en a tout l'air». «Certaines personnes estiment que c'est de l'exploitation», admet Mme Zielewski. «Mais d'autres soutiennent que ça marche. Au final, c'est ce qui importe le plus.» ■

Tim Evans, *USA Today* (extraits), New York

SUR LE SITE  
COURRIERINTERNATIONAL.COM

**Courrier**  
INTERNATIONAL

Afrique: que faisons-nous pour nos orphelins ?