

SESSION 6

Attention à l'image de marque : le pouvoir de la publicité alimentaire

FICHE D'INFORMATION POUR ÉDUCATEURS

Les enfants et les jeunes canadiens sont exposés à davantage de marketing alimentaire que jamais auparavant, plus de 90 % des produits annoncés lors des émissions télévisées pour enfants sont extrêmement sucrés, salés ou gras.^{xvii} La nourriture et les boissons malsaines sont également annoncées sur les sites web, les jeux vidéo, les magazines, les programmes radio et les emballages destinés aux enfants. Une large partie de la publicité alimentaire ciblant les enfants au Canada concerne des aliments précuisinés, des restaurants et des produits céréaliers tels que le pain blanc et les céréales sucrées; en revanche, les fruits et les légumes entiers sont peu ou pas annoncés.^{xviii} Les conséquences du marketing d'aliments malsains destiné aux enfants sont liées à de hauts niveaux d'obésité infantile, ces niveaux ont triplé depuis 1981 avec près d'1 enfant sur 3 en surpoids ou souffrant d'obésité.^{xix} Actuellement, le marketing d'aliments et de boissons destiné aux enfants est en grande partie non réglementé au Canada, toutefois, l'interdiction au Québec de la publicité pour des aliments malsains et des boissons malsaines destinée aux enfants s'est traduite par une diminution de la consommation du prêt-à-manger chez les enfants.^{xx}



OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Les enfants apprendront que la publicité est souvent trompeuse, ils découvriront le pouvoir des marques alimentaires mondiales dans notre société.



MATÉRIAUX SPÉCIAUX NÉCESSAIRES

- Crayons, marqueurs
- Dépliants d'épicerie, cartes alimentaires
- Exemples de publicité alimentaire
- **Questionnaire sur les traditions alimentaires** (en préparation de la session 7)



EXEMPLE DE DÉROULEMENT

- 10 min Quelle est cette marque
- 10 min Les enfants sont la cible
- 20 min On s'enthousiasme pour les bonnes choses
- 25 min Activité de jardinage
- 40 min Préparation du repas
- 15 min Repas en commun
- 5 min Nettoyage

Avant la fin de cette session, distribuez le « Questionnaire sur les traditions alimentaires » pour la prochaine session

ACTIVITÉS

QUELLE EST CETTE MARQUE?

Ce qu'il faut avoir :

Pour préparer cette session, assemblez différents dépliants qui annoncent des aliments de marque, ainsi que des menus de restauration rapide. Utilisez des post-it ou des marqueurs permanents noirs pour couvrir le nom de la marque et une partie de son logo, laissez-en juste assez pour donner un indice de quel logo il s'agit. Assemblez également une quantité d'images représentant des légumes, des fruits, des graines, des outils de cuisine dans un dépliant d'épicerie, ou utilisez nos **cartes alimentaires**. Essayez de trouver des aliments et des ustensiles de cuisine peu communs. Ces images doivent être découpées individuellement.

Ce qu'il faut faire :

Commencez cette activité en expliquant au groupe que le défi est de deviner « Quelle est cette marque. » Dites aux enfants de lever la main s'ils pensent connaître la réponse. Pendant que vous parcourez les différentes marques et les différents aliments, gardez à l'esprit le nombre de produits que les enfants identifient correctement. Selon notre expérience, les logos de restauration rapide et les aliments prêts à consommer courants seront fort probablement identifiés.

Après avoir interrogé le groupe au sujet de toutes les marques et de tous les aliments, demandez : « Quelles marques ou quels aliments sont les plus faciles à reconnaître? »

Encouragez la discussion autour de la raison derrière cette facilité à reconnaître les logos des marques (même lorsqu'ils sont partiellement cachés).

Dialogue suggéré :

Pourquoi les logos, les marques et les aliments prêts étaient plus faciles à reconnaître?

- Très visibles : Télé, panneaux d'affichage, publicités sur internet, disposition stratégique sur les étagères des magasins
- On consomme ces aliments le plus souvent

Les entreprises alimentaires dépensent des millions en publicité. Pourquoi est-il si important que les gens reconnaissent leurs logos?

- On choisit des aliments qu'on identifie, et avec lesquels on sait à quoi s'attendre
- Parfois on veut manger des plats parce que tous les autres en mangent (pression du groupe)



ACTIVITÉS DE JARDINAGE SUGGÉRÉES

Élargissez le thème des marques au potager et faites vos propres marques de jardin en peignant des cailloux.

Pourquoi ça peut être plus difficile d'identifier les « aliments entiers » et les outils nécessaires pour préparer de vrais repas?

- On pourrait opter pour les aliments précuisinés plus souvent que pour une cuisine à partir d'ingrédients frais.
- Les aliments précuisinés sont conçus pour faciliter la cuisson et le nettoyage, ce qui veut dire qu'ils ne nécessitent pas beaucoup d'outils de cuisine. Ces derniers peuvent être moins souvent utilisés et moins bien connus.

Les entreprises alimentaires dépensent des millions pour orienter leurs publicités vers des enfants de votre âge. Pensez-vous être touchés par leurs annonces?

Pouvez-vous penser aux façons dont ils affectent ce que vous mangez?

- On est plus susceptible d'acheter les marques qu'on reconnaît.
- On reçoit des incitations comme des jouets ou des codes pour accéder à des jeux vidéo en ligne

LES ENFANTS SONT LA CIBLE

Dirigez votre conversation vers la publicité alimentaire axée sur les enfants. Voici quelques questions pour orienter votre discussion.

Selon vous, quel est le montant dépensé chaque année par la restauration rapide en publicité destinée aux enfants et aux jeunes?

A) 10 millions B) 100 millions C) plus d'1 milliard?

- En 2012, la restauration rapide américaine a dépensé 4,6 milliards en publicité destinée aux enfants et aux adolescents.^{xxi}

**Remarque : Nous nous référons aux statistiques américaines du fait que le gouvernement canadien n'exige pas des entreprises alimentaires qu'elles rendent compte de leurs dépenses publicitaires axées sur les enfants.*

Quels genres d'aliments vus dans des publicités vous rappelez-vous le plus ? Est-ce que ce sont des aliments sains?

- Environ 95 % des publicités alimentaires sont pour des aliments malsains.
- Des collations et des bonbons > des céréales > la restauration rapide > des laitages > des jus de fruits. Pas de fruits, pas de légumes!

Quels sont certains des moyens astucieux utilisés par les publicitaires pour attirer l'attention des enfants? Ce ne sont plus uniquement les couleurs criardes, ils ont recours à une véritable technologie de pointe.

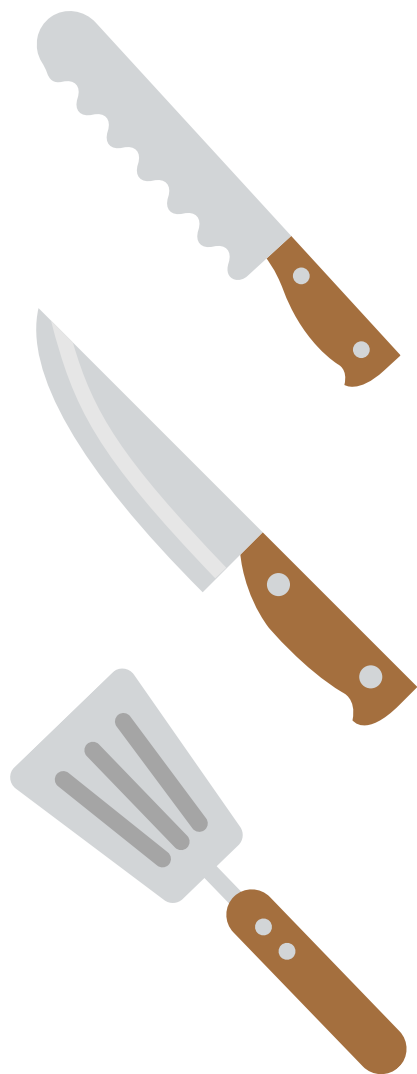
- Des emballages attrayants
- Une disposition stratégique sur les étagères (à hauteur d'enfant)
- Le parrainage de camps pour enfants ou d'équipes sportives
- Le placement de produits dans les films et les émissions télévisées
- Des annonces sur Facebook et dans d'autres médias sociaux qui encouragent les enfants à partager, joindre et inviter des amis.
- Bon nombre d'entreprises alimentaires et de boissons développent des jeux vidéo, des questionnaires et des concours portant leurs marques.

Pourquoi les enfants?

- La fidélité aux marques : Les publicitaires savent que s'ils arrivent à faire désirer leurs produits à partir d'un jeune âge, les enfants auront davantage tendance à les acheter pour le reste de leur vie.
- Les enfants influencent les achats de leurs parents. Les enfants influencent des dépenses annuelles de plus d'1 billion de dollars en Amérique du Nord. Les publicitaires appellent cela « le pouvoir de harcèlement ».

Parmi vous, qui a harcelé ses parents pour qu'ils lui achètent quelque chose? Est-ce que ça a marché?

- Les entreprises alimentaires le savent, alors elles essayent de rendre leurs produits aussi appétissants que possible pour VOUS pour que vous les aidiez à vendre leurs aliments et leurs boissons à vos parents.



ON S'ENTHOUSIASME POUR LES BONNES CHOSES

Imaginez que la même quantité de temps, d'efforts et d'argent soit investie pour annoncer des aliments sains. En groupe, réfléchissez à des stratégies pour éviter d'être victimes de la publicité.

Examinez ces emballages : Que font-ils pour vous pousser à demander leurs aliments? Qu'est-ce qu'ils essayent de vous cacher? Est-ce qu'ils vous ciblent tout particulièrement?

Ce qui est cher n'est pas toujours meilleur : Il vous arrivera souvent de payer plus cher pour certaines marques d'aliments ou de boissons, mais elles ne seront pas toujours meilleures (de par leur goût, leur texture ou leur apport nutritif).

Parce que c'est QUI qui a dit ça? Ce n'est pas parce qu'ils sont représentés sur un emballage que les célébrités, vedettes de cinéma ou personnages animés aiment effectivement cet aliment ou le mangent. Ils reçoivent beaucoup d'argent pour faire un travail!

Faites confiance à vos papilles : Ne laissez pas les autres influencer vos choix alimentaires juste parce que quelque chose est « génial » ou « à la mode ».

Laissez tomber l'emballage! Évitez les aliments dans des emballages. Magasinez en dehors des allées à l'épicerie; c'est là que les aliments les moins transformés se trouvent.

Et si les légumes et les fruits étaient annoncés de la même manière? Que peut-on faire pour rendre les collations de légumes plus attrayantes pour les enfants?

Voici un exemple de publicités de légumes : **Le brocoli contre le chou frisé.**

Maintenant que nous savons que les collations malsaines sont les principaux aliments qui sont annoncés aux enfants, comment peut-on changer la situation? Un moyen serait d'apprendre à préparer nos propres collations saines et savoureuses à la maison.

Divisez le groupe en deux équipes. Présentez le défi : Préparer une collation saine et trouver le meilleur moyen de vendre sa collation au groupe. Encouragez les participants à travailler ensemble et à définir la meilleure manière de la vendre. Rédigez une publicité pour les journaux avec des couleurs criardes, ajoutez des célébrités/des émissions de télé/des films, un emballage raffiné, un slogan accrocheur ou produisez une publicité pour la télévision. Après avoir rédigé vos publicités et préparé vos collations, demandez aux différentes équipes de présenter leur publicité de collation saine au reste du groupe.



RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- Visitez le site **Coalition Arrêtons la pub destinée aux enfants** et familiarisez-vous avec les réalités du marketing qui cible les enfants.
- Regardez la vidéo **Food MythBusters** video (anglais seulement) pour en apprendre davantage sur les tactiques de manipulation des marchands d'aliments.



RECETTES SUGGÉRÉES

Les collations saines peuvent faire l'objet des « annonces santé » décrites à gauche. Essayez le hummus, les croustilles de chou frisé et les smoothies verts.



LA CUISINE, UN PLAISIR POUR TOUS!

Soyez sensible à la dynamique de groupe. Les amis c'est formidable, mais être capable de s'entendre avec divers genres de personnes est une aptitude précieuse qui génère aussi une dynamique de groupe plus positive. Encouragez le mélange au sein du groupe et des partenariats différents. Éliminez les obstacles avec des jeux drôles (faites-les rire!), l'activité brise-glace « Mieux se connaître » et des objectifs ou des défis communs au groupe.