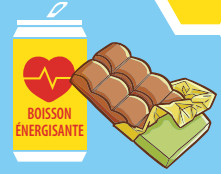


Le marketing des ALIMENTS et des BOISSONS est partout



- 5** Les enfants de cinq ans ne peuvent faire la différence entre une publicité et une émission de télévision.
- 8** Les enfants de huit ans ne comprennent probablement pas la raison d'être du marketing.
- 10** Vers l'âge de 10 ans, les enfants savent que les annonces servent à vendre des produits, mais sont souvent incapables d'en évaluer le contenu.
- 16** Les jeunes, à 16 ans, sont influencés par le marketing numérique. Cette forme de marketing est conçue pour les divertir et capter leur attention.

Ça peut influencer les choix alimentaires des enfants et les demandes qu'ils font à leurs parents.

La publicité les incite à manger de la malbouffe. Elle donne également l'impression que les aliments malsains sont « normaux ».

À long terme, un régime alimentaire malsain peut causer la tension artérielle, le cancer, des maladies cardiaques, l'obésité et le diabète.

Les enfants et les jeunes sont exposés au marketing des aliments et des boissons tout au long de la journée.

Le marketing c'est toute forme de communication ou de message qui présente ou fait la promotion d'un produit ou service.



La journée de SOPHIA



Centres récréatifs, parcs, patinoires, plages :

- Affiches publicitaires sur les aliments et les boissons sur les bandes de patinoire ;
- Marques sur les vêtements et l'équipement de sport ;
- Cantines où sont présentés des aliments et des boissons dans une panoplie d'emballages colorés.

Bibliothèque :

- Affiches commerciales à l'extérieur, dans l'entrée et dans les couloirs.

À la maison :

- Publicité à la télé, sur les téléphones intelligents et les tablettes ;
- Publi-jeux et publicité sur les réseaux sociaux.

Transports en commun :

- Panneaux publicitaires et affiches qui présentent des personnages de bande dessinée, des personnages sous licence ou des célébrités dans les véhicules et les abribus.

Écoles et services de garde d'enfants :

- Matériel éducatif commandité ;
- Aliments et boissons utilisés pour des collectes de fonds.

Source: Prowse, R.L. (2015). A Day in the Life of a Canadian Child: Food and Beverage Marketing to Children in Canada. Préparé pour le Bureau de la politique et de la promotion de la nutrition, Santé Canada.