

gif sont requis pour visualiser

« Publicize Me! »

Richard Leclerc
Publici-Terre

8^{es} journées annuelles de santé publique
29 novembre 2004

PUBLICI  TERRE

Analyse de la situation

gif sont requis pour visualiser

Nous vivons présentement dans un contexte commercial où les géants de l'agroalimentaire incitent les gens à consommer davantage des produits qui font engraisser.



PUBLICI  TERRE

Analyse de la situation

GIF sont requis pour visualiser

Les centres sportifs et de santé pullulent pour qu'on garde la forme et la mode véhicule, comme idéal, l'image de la femme mince, accessible grâce à des régimes ou à des crèmes miracles. Que de paradoxes!



Aide à intégrer les engagements dans les urgences. PUBLICI TERRE

Analyse de la situation

GIF sont requis pour visualiser

Selon Raymond Lemieux, dans un article paru dans *Québec-Science*, *L'Amérique veut maigrir comme elle mange : de façon industrielle et excessive.*

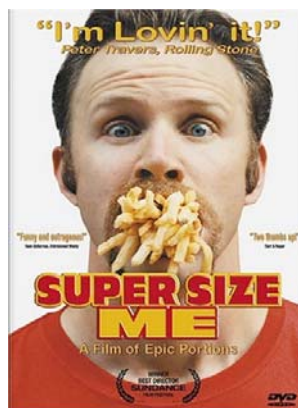
- *Aux États-Unis, là où la quantité prend le dessus sur la qualité, là où on s'empiffre plus qu'on ne déguste, il est normal d'appliquer la même règle aux régimes amaigrissants : on veut perdre du poids rapidement, en quantité... et sans plaisir. Mais force est de reconnaître qu'ils ont bien peu d'effets sur la masse adipeuse des Nord-Américains.*

PUBLICI TERRE

« Super Size Me »

Un compte rendu est requis pour visualiser

Alors que Morgan Spurlock, avec son film **Super Size Me**, dénonce avec véhémence les tactiques commerciales de McDonald's qui, comme Burger King et bien d'autres, proposent des formats de plus en plus gigantesques, des millions de dollars sont investis en publicité pour accroître la consommation de méga-portions d'aliments riches en matières grasses.



PUBLICI  TERRE

La réaction de McDo

Un compte rendu est requis pour visualiser

Après la parution de ce film-choc, McDo a réagi, éliminant les **Super Size** tant décriés. De plus, McDo a mis sur le marché, à grand renfort de publicité, des salades...

PUBLICI  TERRE

La réaction de McDo

gif sont requis pour visualiser

Selon Fabien Deglise, dans un article paru dans *Le Devoir* du samedi 17 juillet 2004 :

La stratégie de communication a bien fonctionné. Poussée par ses salades et autres menus répondant aux inquiétudes alimentaires, la chaîne de restauration rapide McDonald's a annoncé avoir engrangé, après plusieurs mauvais résultats financiers, des ventes records en juin dernier.

PUBLICI  TERRE

La réaction de McDo

gif sont requis pour visualiser

Le problème, c'est que *la majorité des salades de McDo fournissent autant de calories, de gras et parfois même plus de sel que les traditionnels hamburgers Quart de livre ou Big Mac.*

PUBLICI  TERRE

Que font les gouvernements?

gif sont requis pour visualiser

Pendant ce temps, après des années de communication sur l'importance de bouger et de jouer dehors, avec des programmes comme *Participaction*, le Gouvernement du Canada continue de proposer des guides ou des programmes sur Internet, mais sans vraiment utiliser de supports publicitaires efficaces pour les faire connaître.

PUBLICI  TERRE

Que font les gouvernements?

gif sont requis pour visualiser

Le gouvernement du Québec, de son côté, vient de lancer un vaste programme de valorisation de l'exercice physique et de l'alimentation saine dans le but d'améliorer la santé de la population. Pour atteindre ses objectifs, il mise sur Vasy, le bonhomme bleu...



PUBLICI  TERRE

Premier constat

GIF sont requis pour visualiser

Le premier constat qu'ont peut faire m'a été inspiré par madame Hélène Tremblay, présidente de l'Association des diététistes au Québec :

un constat d'échec

dont nous sommes tous en partie responsables.

PUBLICI  TERRE

Premier constat

GIF sont requis pour visualiser

Selon un numéro du magazine *Fortune* paru cet automne, si la tendance se poursuit, **les jeunes risquent bientôt de mourir avant leurs parents!**

Pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, selon certaines études, l'espérance de vie, qui augmente d'environ trois mois par année depuis quelques décennies, va diminuer.

PUBLICI  TERRE

Pauvreté

gif sont requis pour visualiser

Selon l'Unicef, lorsqu'une famille est pauvre, ce sont ses membres les plus jeunes qui courent les plus grands risques :

- leurs droits à la survie, à la croissance et au développement sont menacés.

Sur 10 enfants qui naissent aujourd'hui dans le monde en développement, quatre vivront dans une pauvreté extrême.

PUBLICI  TERRE

Pauvreté... au Canada!

gif sont requis pour visualiser

Ici même au Canada, plus d'un million d'enfants vivent dans la pauvreté!

- Malgré une économie qui va rondement et un trésor fédéral bien garni, le niveau de pauvreté a connu une légère hausse pour la première fois en six ans au Canada, selon des statistiques qui ont été rendues publiques mercredi dernier, le 24 novembre 2004.

PUBLICI  TERRE

Pauvreté... au Canada!

gif sont requis pour visualiser

Dans son bulletin annuel, le groupe anti-pauvreté *Campagne 2000* demande à Ottawa de combler ce qu'il appelle « le déficit social » du Canada.

- Selon le groupe qui représente 90 organismes anti-pauvreté, un million d'enfants environ, soit 15 % des enfants canadiens, grandissent dans l'indigence alors que leur pays continue d'accumuler des surplus budgétaires au fil des ans.

PUBLICI  TERRE

Pauvreté... au Canada!

gif sont requis pour visualiser

Pour sa part, Développement social Canada conteste le nombre de 1 million d'enfants pauvres.

- En se basant sur les chiffres recueillis par Statistique Canada pour 2002, le taux de pauvreté se situe plutôt autour de 10 %, soit 700 000 enfants.

PUBLICI  TERRE

Relation alimentation-santé

gif sont requis pour visualiser

L'alimentation de ces jeunes n'est pas toujours idéale. Pourtant l'alimentation est un des facteurs déterminants de la santé.

- Si les causes d'une mauvaise alimentation sont multiples, la télévision est présente dans tous les discours comme l'un des facteurs aggravants du déséquilibre alimentaire.

PUBLICI  TERRE

Relation santé-télévision

gif sont requis pour visualiser

Selon les observations des médecins et les études menées sur le sujet, regarder la télévision serait un facteur... de prise de poids.

- Une enquête menée en 2000 aux États-Unis révèle que les enfants qui regardent la télévision à table consomment plus de pizzas, de collations et de boissons sucrées que les autres.

PUBLICI  TERRE

Relation télévision-publicité

gif sont requis pour visualiser

Non seulement ils se dépensent moins, mais ils reçoivent de plein fouet l'influence de la publicité qui vante surtout des produits chers et sans intérêt nutritionnel :

- des junk food
- des aliments gras et sucrés
- des céréales trop riches...

PUBLICI  TERRE

Relation télévision-publicité

gif sont requis pour visualiser

Autre problème criant : les boissons gazeuses, souvent présentées par les idoles des jeunes, finissent dans de nombreux foyers par remplacer l'eau.

- Trop riches en calories (de 460 à 550 kcal par litre), ces boissons créent l'habitude du goût sucré chez les enfants.
- Consommées dès le plus jeune âge, les boissons gazeuses augmenteraient de façon significative le risque d'apparition de l'obésité.

PUBLICI  TERRE

Relation télévision-publicité

GIF sont requis pour visualiser

Les boissons édulcorées, comme les boissons aux fruits sucrées, ne sont guère plus appréciées par les professionnels qui accusent leur effet pervers :

- « Elles accentuent l'habitude des sujets au goût sucré, peut-on lire dans les colonnes du Quotidien du Médecin. En outre, leur consommation avant ou au cours du repas modifie les attirances gustatives : elle diminue l'intérêt pour le pain et les légumes au profit d'aliments plus concentrés en calories. Ce comportement est la source d'un excès d'apport énergétique et de déséquilibre alimentaire. »

PUBLICI  TERRE

Le grignotage

GIF sont requis pour visualiser

Autre sujet préoccupant : le grignotage.

- Une tendance de fond qui touche tous les milieux sociaux. Le repas tendrait aujourd'hui à disparaître au profit d'une alimentation déstructurée.
- Résultat : l'enfant, voire l'adulte, n'est jamais à jeun...
- La collation de 10 heures consommée à l'école alors que l'enfant a pris un petit déjeuner serait superflue, surtout quand il s'agit de biscuits ou de barres chocolatées.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

gif sont requis pour visualiser

Selon un article paru dans le magazine *Québec Sciences* de janvier 2003, www.cybersciences.com, des médecins américains ont chiffré, à partir de différentes données officielles et d'études, la réduction de l'espérance de vie causée par l'embonpoint.

- Kevin Fontaine de l'École de médecine de l'Université Johns Hopkins, à Baltimore, affirme que l'excès de poids accroît le risque de mortalité et ce, dès la vingtaine.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

gif sont requis pour visualiser

Ainsi, un homme blanc, qui souffre d'une obésité sévère à l'âge de 20 ans, verra son espérance de vie réduite de 22 %, soit 13 années de vie perdues.

Une femme blanche du même âge et atteinte du même mal perd huit ans de sa vie.

Chez les personnes de couleur noire, les hommes obèses risquent de réduire leur vie de 20 ans et les femmes, de cinq.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

gif sont requis pour visualiser

Selon Statistique Canada, le nombre de Canadiens obèses augmente.

- Une enquête révèle qu'entre 1994 et 2000, il s'est accru de plus de 500 000 pour aboutir à 2,8 millions.
- Ces personnes constituaient environ 15 % de la population adulte en 2000, soit une personne sur sept.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

gif sont requis pour visualiser

Selon www.e-sante.fr, l'obésité et le surpoids touchent déjà 19 % des enfants français, soit deux fois plus qu'il y a dix ans.

- Bien au-delà du terrain génétique, ce phénomène prend sa source dans un déséquilibre entre l'apport alimentaire et la dépense énergétique.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

GIF sont requis pour visualiser

Les causes : trop de sucres, trop de graisses. En France, la proportion de graisse n'a cessé d'augmenter et dépasse aujourd'hui de 5 % les proportions recommandées.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

GIF sont requis pour visualiser

La consommation de certains aliments et boissons a explosé en 5 ans :

- + 84 % de viennoiseries,
- + 24 % de biscuits sucrés,
- + 17 % de boissons gazeuses et de jus de fruits.

Un tiers des enfants et 40 % des ados boivent des boissons gazeuses aux repas du midi et du soir.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de taille

gif sont requis pour visualiser

Aux États-Unis, où l'on parle de véritable épidémie d'obésité, d'autres habitudes alimentaires ont été mises en cause, comme les déviations alimentaires précoces dès l'âge de 3 ans et l'évolution du mode de consommation :

- fast-food,
- grignotage,
- accès non contrôlés aux boissons sucrées, notamment dans les établissements scolaires...

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de télé

gif sont requis pour visualiser

Le temps passé devant la télé contribue spécifiquement à fabriquer des enfants obèses, 50 minutes de télé équivalant à une heure de sommeil en plus.

Ainsi, les jeunes américains de 2 à 17 ans dorment quatre années supplémentaires, soit près du tiers de leur vie.

Et ceux qui ont la télé dans leur chambre, sont plus obèses que les autres.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de télé

GIF sont requis pour visualiser

QuickTime™ and a
Cinepak decompressor
are needed to see this picture.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de publicité

GIF sont requis pour visualiser

Autre impact majeur de la télévision,
l'exposition aux messages publicitaires.

Ainsi, les pays dont les chaînes pour
enfants montrent le plus de publicités
alimentaires comptent le plus d'enfants
obèses.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de publicité

CGI sont requis pour visualiser

En France, où les enfants sont en congé le mercredi après-midi, 62 % des messages publicitaires diffusés durant cette période portent sur des produits sucrés et chocolatés, bonbons, boissons sucrées, etc.

- Et si la place réservée à la publicité dans les émissions pour adultes est de 7 % (dont 42 % portent sur l'alimentation), elle atteint les 10 % lors des émissions pour enfants.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de publicité

CGI sont requis pour visualiser

Or, avant l'âge de 10 ans, il est reconnu que l'enfant n'a pas de regard critique sur la publicité.

On croit de plus en plus que l'interdiction de la publicité alimentaire s'adressant aux enfants serait une mesure cohérente et efficace.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de société

gif sont requis pour visualiser

Plus près de nous, selon un communiqué publié le 25 novembre dernier, l'obésité en Ontario atteint des proportions pandémiques. C'est ce qu'affirme le médecin hygiéniste en chef de la province voisine, D^{re} Sheela Basrur, dans son rapport annuel. Selon le document, un adulte ontarien sur deux souffre d'embonpoint ou d'obésité.

PUBLICI  TERRE

L'obésité, un problème de société

gif sont requis pour visualiser

La situation des enfants n'est pas plus enviable: l'obésité a triplé entre 1981 et 1996 chez les jeunes âgés de 7 à 13 ans.

Le rapport souligne également une hausse de maladies comme le diabète, liées notamment à l'alimentation.

- D^{re} Basrur demande l'intervention des gouvernements, de l'industrie alimentaire et des conseils scolaires pour amener les Ontariens à manger plus sainement et à faire davantage d'exercice.

PUBLICI  TERRE

La publicité, un domaine lucratif

gif sont requis pour visualiser

C'est très lucratif pour l'industrie de la publicité de vendre des chaînes de hamburgers ou des aliments plus ou moins recommandables surtout si elle propose, en même temps,

- des centres de santé,
- des produits amaigrissants,
- des soins de beauté et même
- des changements de comportement!

PUBLICI  TERRE

La publicité, un domaine lucratif

gif sont requis pour visualiser

Savez-vous, entre autres choses, que c'est la même agence qui a créé la campagne de Burger King qui suggère, par une chirurgie plastique, de faire agrandir sa bouche ou sa main afin de pouvoir manger de plus gros hamburgers, et qui a conçu le personnage bleu du gouvernement, Vasy?

PUBLICI  TERRE

La publicité, un domaine lucratif

GIF sont requis pour visualiser

QuickTime™ and a
Cinepak decompressor
are needed to see this picture.

PUBLICI  TERRE

La publicité, un domaine conflictuel

GIF sont requis pour visualiser

Au début des années 90, une autre agence, qui réalisait les campagnes-chocs de la Société de l'assurance automobile du Québec avec des slogans comme *La vitesse tue*, produisait aussi la campagne de Volkswagen, tout aussi célèbre, intitulée *Tasse-toé mononc!*

PUBLICI  TERRE

La publicité, un domaine conflictuel

gif sont requis pour visualiser

Ne devrait-il pas y avoir, de la part des institutions publiques, un minimum de vérifications avant d'accorder de tels mandats de communication à des agences qui reçoivent beaucoup plus d'argent de la part de fabricants de voitures ou de hamburgers que ces quelques millions du gouvernement qui ne permettent que des campagnes de quelques semaines?

PUBLICI  TERRE

Réglementer, légiférer et éduquer

gif sont requis pour visualiser

Il faut aussi légiférer ou réglementer certaines situations pour le moins aberrantes.

Supprimer les distributeurs de boissons gazeuses et d'aliments sucrés dans les écoles est un premier pas.

Il est cependant loin d'être suffisant. Sans l'éducation, cette mesure risque d'être contre-productive.

PUBLICI  TERRE

Éduquer...

gif sont requis pour visualiser

L'obésité n'est qu'un symptôme de la mauvaise alimentation, en quelque sorte la pointe de l'iceberg. Le problème est plus profond. Il faut y ajouter les manques d'activités physiques (l'école n'est pas un exemple en la matière), les problèmes de marginalisation sociale et de pauvreté.

En somme, la question est mal posée. Il ne s'agit pas de savoir comment mangent les jeunes mais comment ils vivent.

PUBLICI  TERRE

Éduquer...

gif sont requis pour visualiser

La problématique est sociétale et doit donc recevoir une réponse globale.

Ainsi, transformer les distributeurs de boissons gazeuses en distributeurs d'aliments sains ne modifiera pas le problème.

Encore faut-il donner aux jeunes l'envie de les acheter.

PUBLICI  TERRE

Éduquer...

gif sont requis pour visualiser

À la limite, interdire les aliments sucrés à l'école primaire est impossible sans transformer les enseignants en surveillants. Mais ce n'est pas un rôle qu'ils tiennent à jouer.

Que faire en cas de consommation d'aliments sucrés provenant de la maison? Des sanctions doivent-elles être appliquées? Sur la base de quel droit?

PUBLICI  TERRE

Éduquer...

gif sont requis pour visualiser

L'éducation à la santé passe par des enseignants correctement formés et à qui on a fourni les outils nécessaires. Leur mission est pédagogique et doit le rester. Le reste, ça se passe à la maison.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

D'où l'importance du marketing social qui vise des changements de comportement. On l'a fait pour le port de la ceinture de sécurité au début des années 80.

- Il n'y a pas si longtemps, on pouvait asseoir jusqu'à huit jeunes enfants sur la banquette arrière d'une voiture, non attachés, naturellement.
- En achetant une voiture, la première chose dont on s'assurait, c'était de glisser toutes ces ceintures inutiles sous les banquettes!

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Question alcool au volant, on entendait régulièrement cette phrase incroyable :
« Une chance qu'il est venu en voiture, autrement, il ne serait jamais capable de rentrer chez lui! »

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

En 1976, le port de la ceinture de sécurité devient obligatoire pour les passagers prenant place à l'avant du véhicule.

En 1985, seulement 53,4 % des passagers avant bouclent la ceinture.

En 1987, la Société met en place une première opération qui combine publicité et surveillance policière à l'échelle provinciale. D'un coup, le taux du port de la ceinture passe à 86 %.

PUBLICITÉ  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

En 1990, année où la loi oblige aussi les passagers de la banquette arrière à boucler leur ceinture, une autre opération majeure a lieu. Cette opération massive a pour effet de positionner le Québec au premier rang canadien.

- En juin 1999, une enquête réalisée par Transports Canada chez les conducteurs de jour positionnait toujours le Québec au premier rang pour le port de la ceinture de sécurité (94,9 %).

PUBLICITÉ  TERRE

Le marketing social

On s'en est remis pour visualiser

L'alcool au volant demeure la première cause de mortalité sur les routes du Québec. Toutefois, au cours des 25 dernières années, les progrès réalisés ont été remarquables, puisque depuis 1978, le nombre de décès imputables à l'alcool au volant est passé de 800 à 190.

**Des changements de comportement,
ça ne se fait pas en un an ou deux.**

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

On s'en est remis pour visualiser

Mais si on a pu faire de tels progrès dans le domaine de l'automobile, pourquoi ne pas le faire dans le monde de l'agroalimentaire?

On ne peut pas sanctionner des aliments comme on l'a fait pour la cigarette ou l'alcool au volant, mais il y a certainement moyen de faire mieux et avec plus de mordant que ce qu'on nous propose en ce moment.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Santé Canada nous fait de beaux discours sur Internet : « Vos choix de vie et de soins personnels influencent grandement votre santé. Bien manger, être actif, se sentir bien dans sa peau.

Ces trois éléments clés ensemble peuvent aider à adopter un mode de vie plus sain, plus actif.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

L'activité physique réduit le stress, renforce le coeur et les poumons, augmente les niveaux d'énergie, vous aide à maintenir et à atteindre un poids santé et améliore votre façon de voir la vie. »

C'est bien beau tous ces discours, mais il faut le communiquer avec des campagnes « punchées ».

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Voilà donc qu'on voit apparaître sur nos écrans, il y a quelques semaines, la réponse du Gouvernement du Québec : un vaste programme de valorisation de l'exercice physique et de l'alimentation saine dans le but d'améliorer la santé de la population. L'annonce a eu lieu un beau dimanche, au Centre Bell à Montréal, où quatre ministres du gouvernement Charest ont chaussé leurs patins pour l'occasion.

PUBLICITÉ  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Le ministre des Affaires municipales, du Sport et du Loisir, Jean-Marc Fournier, annonçait alors : « Nous voulons faire en sorte que la population québécoise redécouvre au quotidien le plaisir de bouger et le plaisir de bien manger en utilisant l'équation suivante :

Plaisir dans l'exercice + Plaisir dans l'alimentation = Plaisir dans la vie! »

PUBLICITÉ  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Le ministre Couillard a saisi l'occasion pour souligner que 80 % des maladies chroniques pouvaient être évitées par l'adoption de saines habitudes, ce qu'il a lui-même tenté de faire, comme monter jusqu'à son bureau en utilisant l'escalier plutôt que l'ascenseur.

- « Rapidement, au bout de quelques semaines, on développe une sensation de mieux-être qui est très agréable et j'encourage tout le monde à faire la même chose », a-t-il dit.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Son collègue de l'Éducation, Pierre Reid, a quant à lui rappelé la décision de Québec d'ajouter une heure et demie d'enseignement par semaine à l'école primaire, ce qui permettra de consacrer davantage de temps à l'éducation physique.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

GIF sont requis pour visualiser

La ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Françoise Gauthier, a pour sa part expliqué que les Québécois sont choyés puisqu'ils ont la possibilité de manger sainement tout en choisissant des produits de chez nous.

PUBLICI  TERRE

Le marketing social

GIF sont requis pour visualiser

Depuis quelques semaines, une opération médiatique met donc en vedette le personnage VASY qui fait la promotion du plaisir de bouger et de bien s'alimenter. La campagne de publicité du gouvernement Charest coûte deux millions de dollars.



PUBLICI  TERRE

Le marketing social

gif sont requis pour visualiser

Deux millions de dollars! Pour un gouvernement qui a fait de la santé sa priorité, c'est bien peu.

Et ce bonhomme bleu qui a l'air plus malade qu'autre chose...

PUBLICI  TERRE

Question d'argent

gif sont requis pour visualiser

Selon Dr Juneau, cardiologue et directeur des services professionnels et hospitaliers à l'Institut de cardiologie de Montréal, directeur du Centre Épic, dans un article paru dans *l'Actualité médicale* d'octobre 2002, « Au Canada, on consacre moins d'argent pour la prévention et l'activité physique en un an qu'on en dépense en une journée pour faire la promotion des produits de restauration rapide. »

PUBLICI  TERRE

Savoir parler à sa cible

gif sont requis pour visualiser

VASY, c'est une goutte d'eau dans l'océan médiatique. De plus, comparé aux campagnes de cellulaires de Rogers, de planches à neige, de Nintendo ou de PlayStation qui attaquent le marché des jeunes avec des concepts leur parlant vraiment, en utilisant l'absurde, le non-conformisme, l'audace, cette campagne rate, pour ainsi dire, sa cible.

PUBLICI  TERRE

Savoir parler à sa cible

gif sont requis pour visualiser

Pas un ado, comme on en voit dans le message en ondes, ne veut s'identifier à ce personnage.

Voici, à titre d'exemple, quelques images qui font présentement la joie des jeunes consommateurs...

PUBLICI  TERRE

Savoir parler à sa cible

GIF sont requis pour visualiser

QuickTime™ et un
décompresseur TIFF (LZW)
sont requis pour visionner cette image.

PUBLICI  TERRE

Savoir parler à sa cible

GIF sont requis pour visualiser

QuickTime™ et un
décompresseur TIFF (LZW)
sont requis pour visionner cette image.

PUBLICI  TERRE

Savoir parler à sa cible

GIF sont requis pour visualiser

QuickTime™ et un
décompresseur TIFF (LZW)
sont requis pour visionner cette image.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

GIF sont requis pour visualiser

Devant les géants commerciaux, quels sont les moyens dont disposent les professionnels que vous êtes pour influencer le contenu publicitaire afin de le rendre plus « santé »?

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

gif sont requis pour visualiser

Il y a quelques années, l'Association des diététistes au Québec décernait des **Pomme d'or** aux meilleurs messages publicitaires touchant l'alimentation.

Prix qui seront, semble-t-il, de retour bientôt...

Suggestion : ne pas s'en tenir à des **Pomme d'or**, mais ajouter aussi des **Pomme pourrie!**

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

gif sont requis pour visualiser

Héritage Montréal, qui octroie chaque année des prix Orange, ne se gêne pas pour décerner également des prix Citron en architecture.

Transport 2000 attribue le même type de prix dans le monde du transport.

Même l'Association des groupes d'intervention en défense des droits en santé mentale du Québec décerne des prix Orange et Citron pour faire bouger les choses.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

GIF sont requis pour visualiser

Pourquoi ne pas utiliser ce genre de tactique, très visible, pour faire réagir le monde de la publicité?

Surtout que les publicitaires sont hypersensibles aux concours et autres festivals.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

GIF sont requis pour visualiser

L'ACEF Rive-Sud de Québec profitait de la journée « sans achats », vendredi dernier pour annoncer le lancement de la deuxième édition des Prix du coeur de la publicité.

- Cette activité, mise sur pied par l'ACEF Rive-Sud en collaboration avec Centraide Québec et l'Office de la protection du consommateur, vise à sensibiliser les jeunes à une consommation responsable et ultimement à introduire davantage d'éthique dans la publicité.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

gif sont requis pour visualiser

- L'exercice consiste à faire visionner par des jeunes de secondaire V et d'autres fréquentant les maisons de jeunes, des publicités et à les juger selon une liste de critères définis. Les deux pubs retenues, qui mériteront les prix Coeur d'or et Coeur de pierre, seront divulguées lors d'une conférence de presse qui se tiendra au cours du mois de mars 2005.
- Les agences conceptrices de ces publicités seront invitées à venir recevoir leur prix.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

gif sont requis pour visualiser

Au Canada anglais, en France, en Norvège, en Suède et au Japon, le groupe *Adbusters* attaque énergiquement les multinationales, dénonçant leur publicité - www.adbusters.com.

- Les grands annonceurs n'apprécient pas cette contre-publicité, très efficace auprès des leaders d'opinion.
- Les jeunes adorent s'échanger ces messages sur le Web, utilisant le marketing viral.

PUBLICI  TERRE

Influencer le monde de la publicité

GIF sont requis pour visualiser

Si on peut remettre des Coq d'Or aux meilleures créations depuis 45 ans, lors du Gala du Publicité-Club de Montréal, ne faut-il pas que les professionnels du monde de la santé s'organisent aussi pour dénoncer la publicité nuisible à la santé?

Et si on utilisait les journaux ou les émissions d'opinion à la radio et à la télé pour faire réagir les leaders d'ici?

PUBLICITÉ  TERRE

Influencer le monde de la publicité

GIF sont requis pour visualiser

David contre Goliath, direz-vous?

Sachez que les annonceurs et leurs marques, comme les agences de publicité, n'aiment pas se trouver au banc des accusés.

PUBLICITÉ  TERRE