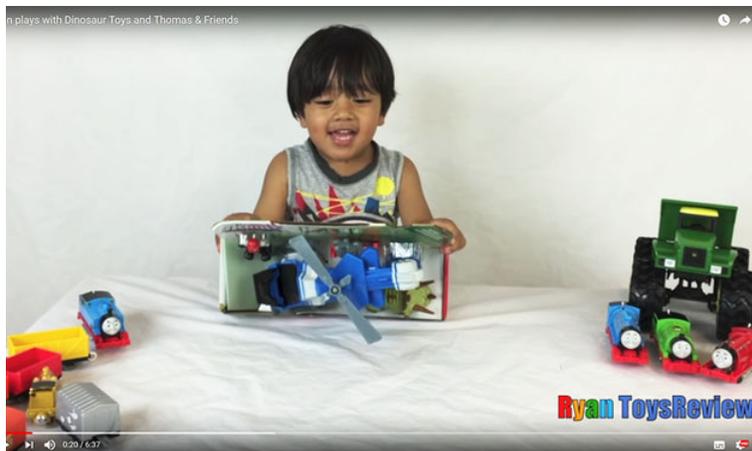


27.05.2019 - 07:00

Des enfants gagnent des millions avec des vidéos. L'impact de ces influenceurs juniors sera étudié



le site de streaming voit fleurir des chaînes spéciales « kids », notamment de « Unboxing » (En français « déballage »). Il s'agit en fait de vidéos qui représentent des enfants déballant des cadeaux ou expliquant pourquoi tel produit, telle marque ou telle nourriture est fantastique.

Promotion Santé Valais et la Haute Ecole de Gestion Arc Neuchâtel lancent une étude concernant l'influence du marketing Youtube sur les enfants. En effet, le site de streaming voit fleurir des chaînes spéciales « kids », notamment de « unboxing » (En français « déballage »). Il s'agit en fait de vidéos qui représentent des enfants déballant des cadeaux ou expliquant pourquoi tel produit, telle marque ou telle nourriture est fantastique.

L'enjeu pour promotion santé Valais est de définir si ces vidéos modifient le comportement des petits en matière de consommation. Certaines vidéos d'enfants enregistrent jusqu'à plusieurs millions de vues. Les mécanismes marketing sous-jacents pourraient donc être redoutables : certains chercheurs parlent même de prostitution infantile à l'heure du numérique. « Nous sommes inquiets car ces vidéos ciblent des très petits. Nous pensons qu'en dessous de 5 ans, les enfants n'ont pas conscience qu'ils sont face à de la publicité qui pourrait modifier leurs préférences », explique Catherine Moulin-Roh, responsable du domaine promotion santé de l'organisation valaisanne. Ces petits films utilisent également la stratégie de « pairs », c'est-à-dire que les petits s'identifient aux influenceurs et c'est un mécanisme particulièrement puissant. »

Selon Catherine Moulin-Roh, des enjeux éthiques se cachent également derrière cette problématique : un petit Américain de 6 ans a gagné 11 millions de dollars grâce à ses vidéos. Il est pourtant difficile de définir clairement les limites à fixer aux parents qui mettent en scène leurs enfants. L'étude permettra donc peut-être d'ouvrir ce débat.

Diana-Alice Ramsauer