

ETUDE INÉDITE EN SUISSE COMMANDÉE PAR PROMOTION SANTÉ VALAIS SUR L'IMPACT DES NOUVELLES FORMES DE PUBLICITÉ SUR LES ENFANTS



Les nouvelles formes de publicité incitent les enfants dès le plus jeune âge et de manière déguisée à consommer des produits sucrés.

Tel est le constat dressé par Promotion Santé Valais qui a mandaté la HEG Arc Neuchâtel pour réaliser une étude en neuromarketing. L'organisme valaisan de prévention de la santé se dit préoccupé par les nouvelles stratégies publicitaires incitant les enfants à consommer des produits alimentaires modifiés. L'enquête a été menée auprès de 90 enfants, majoritairement valaisans, âgés de 4 à 13 ans. Elle a permis de constater que les vidéos utilisées pour l'étude ne sont pas perçues par les enfants comme des publicités. Et d'autre part, qu'elles donnent clairement envie de manger particulièrement des produits sucrés.

Tweeter [in Partager](#) Whatsapp

Infos

Publication : 17 mars 2021 08:35

Mis à jour : 17 mars 2021 08:35

Rédacteur/trice : Yves Terrani