

## Ces nouvelles pubs qui incitent les enfants à manger des sucreries

**SANTÉ** Les nouvelles stratégies publicitaires sur les réseaux sociaux incitent les enfants à manger des produits industriels sucrés. Ces habitudes affecteront aussi leur vie d'adulte, prévient Promotion santé Valais à l'origine d'une étude inédite en Suisse sur le sujet.

🕒 19.03.2021, 10:53



Les habitudes alimentaires se créent dès le plus jeune âge et constituent un véritable enjeu de santé publique. Promotion santé Valais

Préoccupé par un nouveau concept marketing appelé «kids unboxing» et ciblant les enfants sur YouTube, Promotion santé Valais a mandaté la HEG Arc Neuchâtel pour mener une étude neuromarketing auprès de 90 enfants majoritairement Valaisans âgés de 4 à 13 ans. L'objectif était d'identifier les mécanismes neuronaux et les zones cérébrales utilisées ou non par les consommateurs face à une vidéo, pour en comprendre les comportements qui en découlent.

### Lien affectif avec les influenceurs

Premier constat: «Ces vidéos ne sont pas perçues par les enfants comme des publicités alors qu'ils savent faire la différence lorsque ces dernières apparaissent sur des affiches ou à la télévision, soit dans des endroits balisés», indique Julien Intartaglia, doyen de l'Institut de la communication et du marketing expérientiel de l'HEG Arc et auteur de cette étude.

Les enfants développent même un lien affectif avec les influenceurs de leur âge et la marque fait alors son entrée dans l'univers des jeunes consommateurs tout en douceur. Mais pour le long terme.

### Le sucre associé à la détente

Deuxième constat: le taux d'attention des plus jeunes enfants (4 à 6 ans) concernant les produits alimentaires sucrés est particulièrement élevé. «Ce que nous avons constaté en mesurant le mouvement des yeux des participants grâce à des lunettes spéciales et d'un casque qui mesure l'activité émotionnelle du cerveau», détaille Julien Intartaglia.

L'enquête révèle aussi que l'exposition à ces vidéos n'influence pas directement le choix du produit mais suscite l'envie de manger. De surcroît des aliments sucrés.

ATS