



## Initiation aux médias et marketing alimentaire

# MARQUES, SLOGANS ET SYMBOLES DIÉTÉTIQUES SUR L'EMBALLAGE ALIMENTAIRE

*Cette fiche d'information fait partie d'une série qui a été élaborée pour aider les parents, les tuteurs et les éducateurs à comprendre comment les enfants perçoivent et interprètent les aliments emballés.*

### CONTEXTE

À l'occasion de groupes de discussion menés auprès de plus de 600 élèves de la 1<sup>re</sup> à la 9<sup>e</sup> année, on a élaboré un programme d'initiation aux médias et de marketing alimentaire. Les enfants ont exprimé leur opinion sur les images et couleurs employées pour les emballages, ainsi que sur les affirmations, tableaux de valeurs nutritives et listes d'ingrédients qui s'y trouvent imprimés. On a demandé aux enfants quels facteurs leur permettent de savoir si un aliment emballé est bon pour la santé.

### MARQUES, SLOGANS, SYMBOLES DIÉTÉTIQUES ET MARKETING ALIMENTAIRE

Les groupes de discussion avec des enfants montrent que les noms des produits influencent fortement leur opinion sur les aliments emballés. En général, ils prennent une marque au pied de la lettre. Par exemple, les élèves pensent que le nom d'une marque telle que « Eating Right » signifie qu'elle est bonne pour la santé. Lorsque le slogan contient des mots tels que « Qualité » ou « Naturel », cela produit également le même effet sur les enfants.

Les symboles, sceaux et emblèmes reliés à la santé (comme « biologique », « sans gras », « sans gluten »), donnent également une crédibilité auprès des enfants, même s'ils sont peu nombreux à pouvoir expliquer ce que cela signifie.

### ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION

#### LA MARQUE DE COMMERCE NE PERMET PAS DE DÉTERMINER QU'UN PRODUIT EST BON POUR LA SANTÉ

Les symboles sont souvent difficiles à interpréter, car ils combinent des allégations nutritionnelles avalisées par l'État (comme « une bonne source de calcium » ou « une excellente source de fibres »), des déclarations concernant le régime alimentaire (comme « une alimentation saine et faible en graisses saturées peut réduire le risque de maladie cardiaque »), et des affirmations, symboles ou noms de produits créés par le fabricant pour mettre en valeur les qualités nutritionnelles de son produit (« x grammes de fibres », étampes représentant des grains entiers, icônes santé dans le coin de l'emballage).

### COMMENT S'Y RETROUVER ENTRE LES MARQUES, LOGOS ET SYMBOLES DIÉTÉTIQUES

Les marques recouvrent de nombreux produits différents, chacun ayant sa propre valeur nutritive. Les enfants émettent souvent des hypothèses sur la valeur d'un aliment emballé en fonction du nom de la marque ou de la famille de marques. Si un produit bien connu d'une marque est bon pour la santé (comme l'avoine), les enfants pensent alors que tous les produits de cette marque le sont également.



Les symboles diététiques rendent les aliments emballés encore plus difficiles à comprendre pour les enfants. Les renseignements imprimés sur l'emballage relèvent davantage du marketing que de l'information nutritionnelle. C'est pourquoi il est important de consulter les tableaux des valeurs nutritives et la liste d'ingrédients.



Cette recherche découle d'un projet financé par Alberta Innovates Health Solutions et par ALMA sur la façon dont les enfants comprennent les aliments emballés, et elle est soutenue par le Programme des chaires de recherche du Canada des IRSC.

# RÉSULTATS

On a demandé aux enfants participant aux groupes de discussion de choisir un aliment emballé qui leur paraissait bon pour la santé, puis d'expliquer leur choix.

## 1<sup>er</sup> RÉSULTAT

**SOUVENT, LES ENFANTS PENSENT QU'UN PRODUIT EST SAIN PARCE QU'IL APPARTIENT À UNE FAMILLE DE MARQUES DONT ILS « SAVENT » QU'ELLES SONT BONNES POUR LA SANTÉ.**

« [C'est bon pour la santé] parce que c'est Quaker® [...] j'ai de la farine Quaker® et derrière le sac, ça dit que c'est vraiment bon pour la santé. » 3<sup>e</sup> année

« [C'est bon pour la santé] parce qu'on voit le personnage de Quaker® et je suis sûr qu'il a beaucoup d'aliments sains. » 5<sup>e</sup> année

« Je cherche généralement une compagnie qui ne fabrique pas des friandises, mais plutôt des repas. Par exemple, le Choix du Président. » 5<sup>e</sup> année

## 2<sup>e</sup> RÉSULTAT

**LES ENFANTS DÉTERMINENT QU'UN ALIMENT EMBALLÉ EST BON POUR LA SANTÉ EN PRENANT AU PIED DE LA LETTRE LE NOM DU PRODUIT, LE TEXTE OU LE SLOGAN.**

« [C'est bon pour la santé parce que] ça dit "Eating Right". » 3<sup>e</sup> année

« Breton® Supergrains [est bon pour la santé] à cause des supergrains. » 3<sup>e</sup> année

« [C'est bon pour la santé parce que] ça dit "Sensible Solutions". » 5<sup>e</sup> année

« C'est bon pour la santé à cause de l'étiquette "Eating Right". » 6<sup>e</sup> année

## 3<sup>e</sup> RÉSULTAT

**LES ENFANTS RAFFINENT LEUR INTERPRÉTATION DES ÉTIQUETTES À MESURE QU'ILS AVANCENT EN ÂGE. TOUTEFOIS, LORSQU'ON LEUR DEMANDE CE QUI FAIT QU'UN PRODUIT EST UN BON CHOIX POUR LA SANTÉ, LES ENFANTS CONSULTENT SOUVENT LES SYMBOLES SE TROUVANT SUR LE DEVANT DE L'EMBALLAGE.**

« [C'est bon pour la santé à cause] du sceau vert [logo de Sensible Solutions]. » 3<sup>e</sup> année

« [C'est bon pour la santé à cause] des deux symboles de santé dans le coin. » 6<sup>e</sup> année

« [C'est bon pour la santé à cause] de la coche. » 6<sup>e</sup> année

« Eh bien, j'ai commencé par lire la liste d'ingrédients et ça disait que c'était biologique, alors je me suis dit que c'était bon pour la santé. » 7<sup>e</sup> année



## CE QU'ON PEUT FAIRE CHEZ SOI

En compagnie de votre enfant, examinez les symboles diététiques, logos et autres emblèmes sur les emballages des aliments dans votre garde-manger. Vous pourrez y lire des mots et des affirmations comme « biologique », « sans gras » ou « sans gluten », des attributs comme « Qualité » ou des marques comme « Natural Selections ». Parlez avec votre enfant de ce que cela signifie et de leur raison d'être. Comparez les symboles de marketing à l'information contenue dans la liste des ingrédients et les tableaux des valeurs nutritives : y a-t-il des différences?

BIOLOGIQUE	Le mot « <i>biologique</i> » désigne le mode de culture d'un produit. Il veut dire qu'aucun pesticide ou engrais chimique n'a été utilisé pour le produire.
SANS GRAS	L'expression « <i>sans gras</i> » veut dire que le produit ne contient pas de matières grasses. Cela peut paraître évident, mais il ne faut pas en déduire que l'aliment est entièrement bon pour la santé. En effet, un aliment peut être sans gras, mais riche en sucre.
SANS GLUTEN	L'expression « <i>sans gluten</i> » veut dire que le produit ne renferme pas une protéine qui s'appelle le gluten. On trouve du gluten dans des céréales telles que le blé, l'orge ou le seigle. L'indication « sans gluten » ne signifie pas nécessairement que le produit est bon pour la santé : les consommateurs doivent quand même consulter la liste des ingrédients et le tableau des valeurs nutritives. En outre, le gluten ne cause de souci qu'aux personnes qui y sont allergiques.

## RÉSUMÉ

Les marques, les slogans et les symboles sont des outils de marketing. Ils servent à vendre le produit, l'histoire qui s'y rattache et ses attributs clés, mais ils ne reflètent pas nécessairement la qualité nutritionnelle globale d'un aliment emballé. Celle-ci se dégage plutôt des listes d'ingrédients et des tableaux de valeurs nutritives.