


Cette présentation a été effectuée le 27 novembre 2012, au cours de la journée « La transformation des normes sociales chez les jeunes : la contribution du Web 2.0 » dans le cadre des 16es Journées annuelles de santé publique (JASP 2012). L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP à la section Archives au : <http://jasp.inspq.qc.ca/>.



Enquête sur la malbouffe: 10 000 jeunes se prononcent!


Consommation régulière de :

- o Boissons à saveurs de fruits: 61%
- o Boissons gazeuses: 44%
- o Boissons énergisantes: 7% à 35%
- o Boissons pour sportifs: 28%
- o Eaux vitaminées: 15%



L'eau: seulement 1 à 2 fois / semaine pour 5% des jeunes

Suggère une consommation quotidienne de boissons sucrées



OCCASIONNELLE
RÉGULIÈRE

RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca

Enquête sur la malbouffe: 10 000 jeunes se prononcent!

- o Plus de la moitié ne reconnaissent pas l'influence du marketing comme l'une des causes de l'obésité
- o Plus de la moitié ne reconnaissent pas les diverses stratégies de marketing

Une cible vulnérable

Pourtant:

- o Le marketing = cause de l'obésité selon l'OMS
- o Les boissons sucrées (BS) directement liées à l'obésité
- o Le marketing des BS = \$\$\$ + ciblé sur les jeunes

RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca

Un marketing intensif qui nous
rappelle l'industrie du tabac

Un comportement de l'industrie qui est
devenu normal et acceptable

RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca

LE projet Gobes-tu ça?

- o Contrer la malbouffe en renversant la norme sociale en faveur de l'industrie (dénormalisation)
- o Catégorie de produit ciblée: boissons gazeuses et énergisantes
- o Avec une approche **non moralisatrice** qui vise à sensibiliser et éduquer les 13-17 ans sur les stratégies de marketing de la malbouffe



RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca

Moyens déployés: phase 1

- o Un site internet d'abord pour les jeunes:
www.moncarburant.ca
 - o Concours créatif et prix stimulants
 - o Quiz et vidéo
 - o Information sur le marketing de la malbouffe
 - o Onglet pour enseignants: information et ateliers
 - o Onglet pour parents : sensibilisation au marketing
- o Utilisation de Facebook
- o Des affiches promotionnelles dans les écoles

RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca

Phase 1: emballage d'une bouteille d'eau

- o 7 500 créations
- o Une gagnante provinciale et 14 régionaux
- o 2 000 bouteilles d'eau produites en quantité et durée limitée



RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca
L'ASSOCIATION DES ÉTUDIANTS EN SANTÉ PUBLIQUE

Phase 2: La fontaine d'eau 3 étapes et plein de prix!!!

- o Trouver le nom et le slogan
- o Créer le visuel
- o Choisir un événement que la fontaine d'eau pourrait commanditer



RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca
L'ASSOCIATION DES ÉTUDIANTS EN SANTÉ PUBLIQUE

David contre Goliath

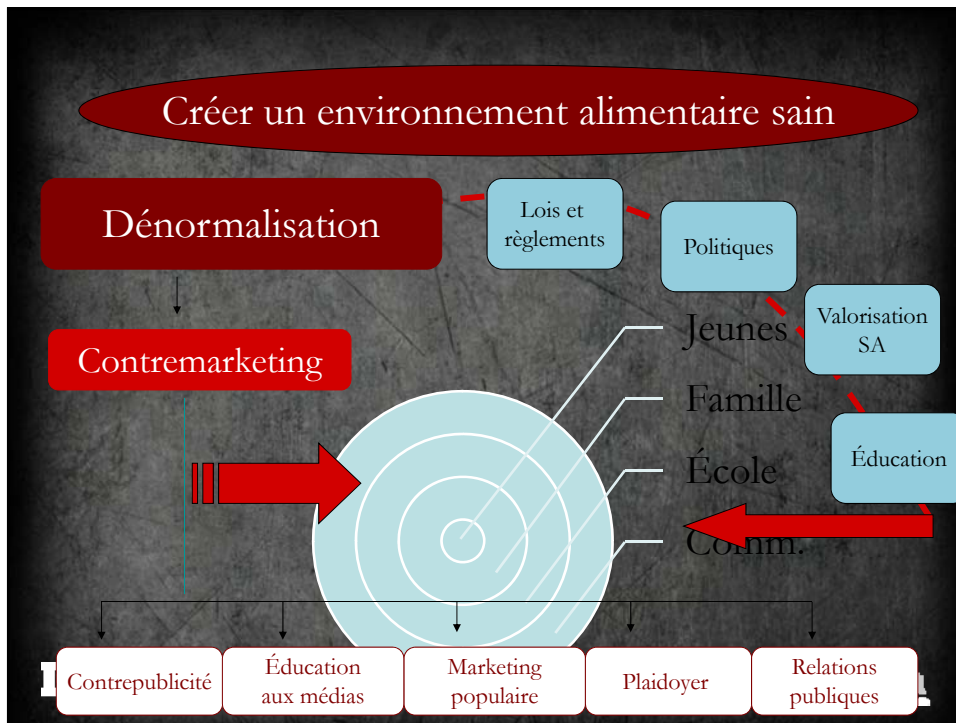


- o Il faut continuer de sensibiliser et d'éduquer les jeunes, mais il faut faire plus...
- ↑
- o Comme: encadrer le marketing de l'industrie par de la réglementation
- o Cette **synergie** d'actions fait d'ailleurs partie des fondements de la dénormalisation



RSEQ | VIE SAINTE

Gobes-tu.ca



Merci!!!

RSEQ | VIE SAINE

Gobes-tu.ca