



Les stratégies publicitaires sur les aliments

Les annonceurs ont plusieurs méthodes pour tenter de vendre leurs produits. Très souvent, ce qu'ils vendent, c'est un style de vie, une image plutôt que le produit lui-même. Voici quelques trucs du métier :

- **Les enfants idéaux (ou les familles idéales !)**
Tout semble parfait. Les enfants sont toujours sur leur 36, portant les vêtements les plus à la mode, coiffés de près et possédant le dernier cri en matière de jouets. Les familles et les enfants idéaux sont agréables et plaisants. Tout semble aller pour le mieux dans leur vie. Ils représentent le type de personnes qui attirent l'attention des enfants dans les pubs.
- **Le plaisir est dans la famille**
Un produit est montré comme quelque chose que les familles doivent posséder puisqu'il les aide à avoir du plaisir, à souder les membres d'une même famille. C'est certain que lorsque maman et papa apportent à la maison le bon produit alimentaire, le repas familial se transforme en véritable fête.
- **L'excitation**
Qui n'a jamais imaginé qu'un aliment puisse être amusant ? Une croustille... et vous voilà en train de surfer en Californie ou de planer sur votre planche à roulettes !
- **Le pouvoir des vedettes**
Votre vedette sportive ou de cinéma favorite vous jure que son produit est le meilleur. Les enfants écoutent, mais sans se rendre compte que la star en question a été payée pour promouvoir le produit.
- **Sautez dans le train !**
Des publicités qui proclament comme celle-ci : « Ne reste pas sur le quai, embarque ! Tout le monde achète cette croustille, pourquoi pas toi ? »
- **Fausse impression**
Des annonceurs font qu'un produit semble plus gros ou plus petit qu'il ne l'est en réalité.
- **Comparaison**
En présence d'une publicité comme celle-ci : « Comparez notre produit avec ceux de nos compétiteurs ; vous verrez bien que le nôtre est meilleur. »
- **Faits et preuves**
Quand les annonceurs utilisent des faits et des graphiques, ça rend le produit plus crédible.
- **Répétition**
Les annonceurs pensent que si vous voyez le produit plusieurs fois, vous serez enclin à l'acheter. Parfois, la même annonce est répétée ad nauseam.
- **Les ficelles du c?ur**
Il s'agit là de pubs qui décrivent une histoire attendrissante, comme celle de McDonald où l'on voit un petit garçon inviter son père à y casser la croûte dès qu'ils auront fini de pelleter l'entrée du garage.
- **Un son efficace**
La musique (ou tout effet sonore) a une influence sur le plaisir de regarder une pub, particulièrement lorsqu'elle est destinée aux enfants.
- **Les personnages de dessins animés**
Tony le Tigre vend des céréales et Bunny de Neslé Quick de la poudre de

chocolat. Les personnages de dessins animés en publicité font que les enfants s'identifient à eux.

- **Rien que la vérité ?**

Selon la loi, les annonceurs doivent dire la vérité. Cependant, ils utilisent parfois des mots ou des expressions qui peuvent tromper les consommateurs, par exemple « Fait partie de... », « Naturel... », « Nouveau, meilleur goût », « Parce que vous en avez besoin... ». Il y a des centaines de types de phrases trompeuses. Êtes-vous capable d'en trouver d'autres ?

- **Oubli**

Les publicistes ne disent pas tout sur leurs produits. Ainsi, quand une réclame pour les Pop Tarts affirme « que ça fait partie de tout déjeuner nourrissant » , elle ne mentionne pas ce que doit être un déjeuner nourrissant ou en quoi ce produit est bon pour la santé.

- **Êtes-vous assez relax ?**

Les annonceurs essaient de vous convaincre que si vous n'utilisez pas leurs produits, vous n'êtes vraiment pas dans le coup. Habituellement, pour prouver leurs dires, ils montrent des gens qui ont l'air démodé et qui, subitement, grâce à l'emploi de tel ou tel produit, deviennent hyper *cool*.

© 2009 Réseau Éducation-Médias