

Lausanne, le 25 septembre 2015

Communiqué de presse

Projet pédagogique récompensé

Choco Leo tout auréolé d'argent



La Fédération romande des consommateurs (FRC) se lance-t-elle dans la production de céréales pour petit-déjeuner? Non, évidemment, Choco Leo est un emballage fictif qui décrypte comment les fabricants construisent leurs messages publicitaires destinés aux enfants. Ce projet pédagogique, conçu par la FRC et traduit en allemand et en italien, vient de remporter une médaille d'argent à l'Expo universelle de Milan.

Choco Leo avait été sélectionné avec 15 autres concurrents pour participer au concours «Healthy&Sustainable Food Consumers Communication», organisé par les Italiens d'Altroconsumo. Cette reconnaissance est d'autant plus prestigieuse qu'elle émane d'un jury représentant diverses organisations internationales de défense des consommateurs – le

Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) et l'International Consumer Research and Testing (ICRT). Au final, le public a donné de la voix pour départager les trois finalistes, le projet romand de la FRC et deux autres italiens.

Distinguer les messages publicitaires des informations utiles et nécessaires sur un emballage, il n'y a pas d'âge pour en parler. «Choco Leo ouvre le dialogue, en classe comme à la maison. Ressemblant à s'y méprendre aux produits du commerce, il explique comment se construit la communication destinée aux enfants, celle qui se voit bien sûr et celle qui se lit», souligne Barbara Pfenniger, responsable de ce projet. En développant Choco Leo, la FRC a volontairement usé des mêmes codes que les publicitaires pour démonter leurs mécanismes, sauf que notre sympathique mascotte invite à interroger les slogans avant de consommer. Les fiches pédagogiques s'adressent directement aux enfants. Parents et enseignants ont leur propre matériel pour les accompagner dans la réflexion.

Assaillis de toutes parts par la publicité, les enfants influencent grandement le choix des produits qui entrent dans le caddie familial. Choco Leo ne se contente pas de faire comprendre que l'emballage fait vendre grâce à un design attrayant. Il guide aussi dans la lecture d'étiquette, intéressant enfants et parents au contenu du produit et à ses qualités nutritionnelles. Certaines sortes de céréales pour enfant cachent en effet jusqu'à 45% de sucre ajouté. Un comble! Nourrir la planète à Expo Milano 2015? Choco Leo nourrit la réflexion pour une alimentation équilibrée au quotidien.

Informations complémentaires et dossier pédagogique sur frc.ch/chocoleo

#chocoleo #foodchoices

Mathieu Fleury, Secrétaire général, Tél.021 331 00 90
Barbara Pfenniger, Responsable Alimentation, Tél.021 331 00 90

Active depuis 1959 dans la défense des consommateurs, la Fédération romande des consommateurs (FRC) est une association sans but lucratif, libre de toute influence. La FRC n'est pas un service de l'Etat, mais une organisation privée, reconnue d'utilité publique, qui vit essentiellement des cotisations et des dons de ses adhérents.