

Comprendre pour mieux consommer



LES
EMBALLAGES
ALIMENTAIRES



UNE PUBLICATION DE LA
**FÉDÉRATION ROMANDE
DES CONSOMMATEURS**
REJOIGNEZ-NOUS SUR **FRC.CH**

Les enfants sont devenus de véritables décideurs d'achat puisque, selon de multiples études, ils influencent considérablement leurs parents sur le choix des produits qui remplissent le caddie. Un phénomène qui n'a pas échappé aux fabricants: ils s'adressent directement à cette jeune cible, via la publicité à la télévision ou par le design d'emballage. Démonstration.

DÉCRYPTAGE DES TRUCS MARKETING DESTINÉS AUX JEUNES

Les COULEURS de l'emballage sont vives et franches, comme le foulard rouge de Leo, le personnage de la marque de corn-flakes.

PERSONNAGE ATTIRANT: ce sympathique lion donne envie aux enfants de partager ses aventures. Et surtout de manger comme lui!



Le NOM DU PRODUIT,
«Choco Leo» est facile à
retenir. Et aisé à réclamer,
même pour un tout-petit.



Le CADEAU donne
envie d'acheter plusieurs
boîtes afin d'obtenir toute
la collection de personnages.

Le JEU, ici cinq différences
à chercher, pousse
à observer longuement
l'emballage: le nom
de la marque sera
d'autant mieux retenu.



Le **LANGAGE** est adapté à celui des enfants, qui sont invités à suivre les personnages et à s'y identifier.

*Léo et ses amis
t'invitent dans leur
forêt merveilleuse*

CONTINUE L'AVENTURE
et découvre plus de jeux amusants sur
www.choco-lion.com



La **TABLETTE**, support apprécié des jeunes, les renvoie aux jeux, baptisés «advergames», sur le site internet de la marque où ils sont subtilement bombardés de messages publicitaires.

Le **BON GOÛT** de chocolat est répété à plusieurs endroits de l'emballage et sous diverses formes, comme un pictogramme.



Comprendre pour mieux consommer



TOUS LES DOSSIERS
PÉDAGOGIQUES
FRC SUR LA
CONSOMMATION:
frc.ch/choco-leo

Pour en savoir plus sur ce sujet,
rendez-vous sur:

frc.ch/enfants-malbouffe

Enquêtes FRC:

Malbouffe sur plateau télé | Une analyse des publicités de malbouffe durant les programmes TV destinés aux enfants en Suisse (2012, frc.ch/kiwi2).

De l'art d'emballer les enfants | Une analyse des aliments pour enfants dans les supermarchés (2011).

Comparaisons FRC:

Trop sucrées, les céréales! | Une analyse nutritionnelle comparative des céréales pour enfants (2012, 2013).

Feu rouge sur les en-cas | Une analyse nutritionnelle comparative des goûters préemballés (2013)



UNE PUBLICATION DE LA
**FÉDÉRATION ROMANDE
DES CONSOMMATEURS**
REJOIGNEZ-NOUS SUR FRC.CH

Avec le soutien de:



Promotion Santé
Suisse



Conférence Latine
des Affaires
Sanitaires et Sociales