Dans le cadre de la matière sur le budget et la pauvreté, nous allons envisager deux documents et faire des liens entre publicité, pauvreté et problèmes de santé associés.

Malbouffe à l'écran: le marketing gave les jeunes européens



En Angleterre, 93 % des publicités contenant des produits trop sucrés, salés ou gras sont diffusées entre 18h et 22h30. L’Organisation mondiale de la santé (OMS) tire la sonnette d'alarme en Europe. En cause, la malbouffe vantée par les publicités. Des spots qui séduisent les plus jeunes et favorisent l'obésité infantile sur tout le continent.

L'OMS (…) accuse les pays européens d'avoir une réglementation trop "laxiste" sur les pubs pour les aliments, gras, sucrés, salés, à destination des enfants. (…) une augmentation de l'obésité infantile dans les pays de la zone euro. Les [derniers chiffres de l'OCDE](http://www.oecd.org/health/health-systems/49716427.pdf) concernant l’obésité sont effarants :

* En France: 13% des garçons et 15% des filles.
* En Allemagne: 23% des garçons et 17% des filles
* Au Royaume-Uni: 23% des garçons et 27% des filles.
* En Espagne: 33% des garçons et 27% des filles.
* En Italie: 32% des garçons et 31% des filles.
* En Grèce: 45% des garçons et 37% des filles.

D'après plusieurs études, les enfants font mal la différence entre dessins animés et pubs pour biscuits. Il faut dire que l'industrie agro-alimentaire joue habilement sur cette ambiguïté en s'appuyant sur des personnages récurrents :

*Des millions d'enfants européens sont soumis à des pratiques de marketing inacceptables […] Les enfants sont entourés de publicités qui les exhortent à consommer des aliments riches en graisses, en sucres et en sel, même quand ils sont dans des endroits où ils devraient être protégés, comme les écoles et les salles de sport."*

Objectif prime time

En Europe, chaque pays lutte à sa manière. Avec des succès inégaux. La Norvège et la Suède suppriment les publicités vantant les mérites des gâteaux et autres confiseries aux heures où les plus jeunes sont devant leurs postes.

La France préfère négocier avec les annonceurs et les chaînes de télévision [**une charte**](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/albanel/dpsante09.pdf) promouvant "une alimentation et une activité physique favorable à la santé" en 2009. Mais dans une enquête parue en 2010, (…) souligne l'inefficacité de la stratégie française. Les programmes pour enfants sont toujours entrecoupés de publicités alimentaires dont 80% mettent en valeur des produits issus de la malbouffe. Non contents de truster ces programmes, les annonceurs débordent aussi sur les premières parties de soirée et les programmations plus largement familiales. 93 % des publicités contenant des produits trop sucrés, salés ou gras sont diffusées entre 20h et 23h. En cause, les télé-crochets et autres reality-show qui séduisent les moins de 15 ans. Les publicitiaires Britanniques optent pour une stratégie similaire, visant également les programmes enfantins et familiaux. Mais ils misent également beaucoup sur le web.

Du téléviseur à l'ordinateur

La pub en ligne explose de l'autre côté de la Manche depuis 2009, notamment sur les réseaux sociaux type Facebook. Les investissements des annonceurs dans ce secteur avoisinent les 6.4 milliards d'euros en 2012, soit une progression de 12.5 % par rapport à l'année dernière. Les entreprises alimentaires développent leur propre site. Interactivité, aspect ludique, tout est mis en œuvre pour créer un univers attractif autour de la marque. Des jeux ainsi que des vidéos sont mis à la disposition de l'internaute. Cette nouvelle stratégie commerciale à un nom: l'advergame. Le site Internet de [**Chewit**](http://www.chewits.co.uk/treat-truck/), un dinosaure à la recherche de bonbons, illustre à merveille ce procédé. Et si l'investissement dans la publicité en ligne n'est pas la spécialité de la France (2.7 milliards en 2012), certaines des entreprises du pays ont su calquer (copier) avec précision le modèle britannique. C'est notamment le cas de la société [**BN**](http://www.chez-bn.com/) qui offre à l'internaute la possibilité d'explorer la constellation du biscuit au large sourire.



L'OMS attend une décision ferme de la part des Etats lors de la conférence des 4 et 5 juillet à Vienne. Tous les ministres de la Santé seront réunis et évoqueront "un amendement des politiques nationales pour protéger la nouvelle génération" contre le marketing alimentaire.

Source : <http://fr.myeurop.info/2013/06/18/malbouffe-a-l-ecran-le-marketing-gave-les-jeunes-europeens-10306>

Vocabulaire :

OMS : (Organisation Mondiale de la Santé) est une institution spécialisée de l'[Organisation des Nations unies](https://fr.wikipedia.org/wiki/Organisation_des_Nations_unies) (ONU) pour la [santé publique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Sant%C3%A9_publique) créée en [1948](https://fr.wikipedia.org/wiki/1948).

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques**:** [organisation internationale](https://fr.wikipedia.org/wiki/Organisation_internationale) d’[études économiques](https://fr.wikipedia.org/wiki/Sciences_%C3%A9conomiques), dont les pays membres (des [pays développés](https://fr.wikipedia.org/wiki/Pays_d%C3%A9velopp%C3%A9) pour la plupart) ont en commun un système de gouvernement [démocratique](https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9mocratique) et une [économie de marché](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_de_march%C3%A9). Elle joue essentiellement un rôle d’assemblée consultative.

1. Quel est le thème de l’article ?
2. Classe les pays touchés par le problème par ordre d’importance et par genre.
3. Quelles sont les caractéristiques des aliments qui posent problème ? Quels sont les risques ?
4. Quelle solution la Norvège propose-t-elle ?
5. Pourquoi la « solution » française ne fonctionne-t-elle pas ?
6. Explique le nouveau rôle d’internet pour ce problème de santé publique.
7. Quelles stratégies commerciales sont adoptées par les entreprises ?
8. Qu’appelle-t-on l’« advergame » ?

# Les inégalités rendent malades

# (d’après <http://www.alimentationdequalite.be/colloque/inegalites-sociales-de-sante.html>)

L’accès à une alimentation de qualité – et donc à la santé – est profondément influencé par les inégalités sociales. Ce sont avant tout les personnes avec les revenus les plus bas et les moins scolarisées qui souffrent le plus de surpoids, d’obésité et des maladies "de société" qui y sont liées, diabète, hypertension, maladies cardio-vasculaires et certains cancers.

## Influence des écarts de revenus entre les plus riches et les plus pauvres

Par le passé, c’était les riches qui étaient gros et les pauvres qui étaient maigres. Si c’est encore le cas dans les pays les plus pauvres, dans les pays développés et dans les pays émergents, c’est maintenant le contraire que l’on observe !

Pourtant, l’obésité n’est pas une fatalité des sociétés modernes et riches ! A **Produit Intérieur Brut** (PIB) par habitant de même ordre de grandeur, le taux d’obésité peut être extrêmement différent d’un pays à l’autre. Par exemple, l’obésité chez les adultes est pratiquement 3 fois plus fréquente aux USA qu’en Suède, alors qu’ils ont un PIB par habitant comparable !

N.B. : Produit intérieur brut : PIB

[Ensemble](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/ensemble/) [des](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/des/) [richesses](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/richesses/) [produites](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/produire/) [par](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/par/) [un](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/un/) [pays](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/pays/) [en](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/en/) [l](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/l/)'[espace](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/espace/) [d](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/d/)'une [année](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/annee/),c’est-à-dire la [valeur](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/valeur/) [de](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/de-1/) [la](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/la-1/) [production](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/production/) [de](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/de-1/) [biens](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/bien/) [et](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/et/) [de](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/de-1/) [services](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/services/) [par](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/par/) [des](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/des/) [agents](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/agent/) [économiques](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/economique/) [à](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/a-1/) [l](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/l/)'[intérieur](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/interieur/) [du](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/du-1/) [pays](https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/pays/)).

(…) **Plus les inégalités de revenus sont importantes, plus la prévalence de l’obésité est élevée**. Pour eux, la croissance ne suffit pas, la réduction des inégalités sociales aurait un impact potentiellement bien plus important sur le bien-être de tout le monde !

Lutter contre l’obésité, améliorer l’accès de tous à une alimentation de qualité, cela passe donc avant tout par une réduction des inégalités sociales.

Un des principes fondateurs de la société de consommation est le libre choix du consommateur. Mais les possibilités de choix sont-elles réelles et les mêmes pour tout le monde ?

Statistiquement, les gens pauvres et peu scolarisés se nourrissent moins sainement, mangent par exemple moins de fruits, de légumes et de poisson, plus de plats préparés, trop gras, trop sucrés, trop salés, sont plus fréquemment obèses et malades de mal manger.

Mais augmenter leur pouvoir d’achat n’améliore pas nécessairement leurs comportements alimentaires, les informer, les sensibiliser, leur expliquer les fondements de la nutrition et les règles de la diététique non plus ! (…)

Alimentation et activité physique sont fortement dépendantes du **statut socio-économique dans l’enfance**(profession des parents), parfois davantage que du niveau d’étude et des revenus actuels de la personne !

La liberté de choix des consommateurs-mangeurs.

**L’enveloppe des choix de consommations possibles**et les contextes dans lesquels ils sont présentés ont une influence importante sur les comportements alimentaires : **l’offre alimentaire**et **les pratiques commerciales et de marketing**doivent être prises en compte dans le cadre d’une politique intégrée de l’alimentation de qualité.

A l’aide du texte ci-dessus réponds aux questions.

1. Le titre de l’article est-il bien choisi ? Justifie ta réponse avec 2 arguments.
2. Aujourd’hui les riches sont en surpoids car ils ont assez d’argent pour acheter de la nourriture et les pauvres sont minces car ils n’en ont pas assez. V/F Justifie.
3. Les USA sont un pays riche donc il y a peu de personnes obèses. V/F. Justifie ta réponse.
4. En quoi la profession des parents aurait une influence sur l’obésité des membres de la famille ?
5. Selon les dires de l’article, une personne qui a fait des études mais qui est sans emploi, donc avec un revenu de remplacement (chômage) aurait-il plus ou moins de « chances » de devenir obèse qu’une personne avec un niveau d’études « bas » mais qui travaille et à un « gros salaire » ? Justifie ta réponse.
6. Un chômeur et sa famille avec un niveau d’études « bas » aura plus de temps pour faire du sport et pour choisir ses aliments. Il sera donc en moyenne moins souvent en surpoids et en meilleure santé. V/F ? Justifie.
7. En faisant le lien avec les deux documents, peut-on dire que le citoyen est totalement libre de ses choix alimentaires ? Est-ce lui qui décide vraiment des aliments qu’il achète ?

Justifie ta réponse en donnant 3 arguments.

1. A) Les enfants dont les parents ont un diplôme plus élevé devraient-ils être plus ou moins influencés par la publicité ? Justifie ta réponse.

 B) Ils devraient alors être en moyenne en meilleure santé ?