

Des slogans dans nos assiettes

2011 - fiche modifiée le 20 avril 2012

Cet outil d'animation et de réflexion invite les participants à poser un regard critique sur les publicités alimentaires et particulièrement sur celles utilisant des arguments de santé afin de séduire le consommateur.

Support	Kit pédagogique
Âge du public	A partir de 18 ans
Thèmes associés à cet outil	Alimentation, Compétences psychosociales, Consommation, Vivre ensemble
Obtention	En centre de prêt Téléchargeable
Participants	Jusque 10
Prix	Gratuit



Sur l'outil

Description selon l'éditeur

Matériel :

- 15 planches illustrées A3
 - [Planches illustrées horizontales \(11,7 Mo\)](#)
 - [Planches illustrées verticales \(10 Mo\)](#)
 - [Affiches alimentation et santé \(1,8 Mo\)](#)
- Un [guide d'utilisation](#) (28 pages)

Concept :

L'outil est destiné aux professionnels des champs de la culture, du social, de l'insertion socio-professionnelle souhaitant développer des démarches d'éducation permanente avec leur public autour de la thématique des publicités alimentaires utilisant des arguments de santé pour vendre leur produit.

L'outil se compose d'un ensemble de planches illustrées destinées à susciter l'expression et la participation, ainsi que d'un manuel d'accompagnement à destination des professionnels, comprenant un volet "Repères théoriques" et un volet "Repères pour l'animation".

Objectifs

- Amener les participants à poser un regard critique sur les publicités alimentaires et particulièrement sur celles utilisant des arguments de santé pour séduire le consommateur.
- Situer l'alimentation dans une perspective globale et multifactorielle, de l'appréhender comme un déterminant de la qualité de vie parmi d'autres.
- Permettre de déconstruire certains mécanismes publicitaires, ce qui facilite la perception de cette publicité comme réductrice et simplificatrice.

Conseils d'utilisation

Dans le manuel d'accompagnement, chaque paragraphe du volet "Repères théoriques" est associé à une des étapes de l'animation proposée et à une planche illustrée.

Le volet "Repères pour l'animation" propose un plan d'animation tel que conçu par Cultures & Santé, qui permet de cheminer progressivement vers une perspective critique des publicités alimentaires. L'animateur y trouve des pistes concrètes d'animation, à réaliser à partir de chacune des planches illustrées. Libre à lui de les réinventer et d'exploiter différemment les supports.

Où trouver l'outil

Chez l'éditeur :

Cultures&Santé asbl
Rue d'Anderlecht 148
1000 - Bruxelles
Belgique
+32 (0)2 558 88 10 - info@cultures-sante.be
<http://www.cultures-sante.be>

Dans les centres de prêt :

Centre liégeois de promotion de la santé
+32 (0)4 279.50.52 - promotion.sante@clps.be
<http://www.clps.be>
Catalogue : <http://www.clps.be/outils-pédagogiques>

Centre Local de Promotion de la Santé de l'arrondissement de Verviers
+32 (0)87 35 15 03 - s.vilene@clpsverviers.be
<https://www.clpsverviers.be/>

Centre local de promotion de la santé du Brabant wallon
+32 (0)10 62 17 62 - info@clps-bw.be
<http://www.clps-bw.be>
Catalogue : <http://www.clps-bw.be/que-proposons-nous/centre-de-documentation>

Centre Bruxellois de Promotion de la santé
+32 (0)2 639 66 88 - info@cbps.be
<https://cedosb.be>

Centre local de promotion de la santé de Huy-Waremme
+32 (0)85 25 34 74 - info@clps-hw.be
<http://www.clps-hw.be>

Centre local de promotion de la santé de Mons-Soignies
+32 (0)64 84 25 25 - clps.documentation@yahoo.com
<http://www.clps-mons-soignies.be/centre-doc>

Centre local de promotion de la santé du Hainaut Occidental
+32 (0)69 22 15 71 - contact@clpsho.be
<http://www.clpsho.be>

Centre local de promotion de la santé en province de Luxembourg
+32 (0)84 31 05 04 - clps.lux@skynet.be
<http://www.clps-lux.be>
Catalogue : <http://bit.ly/1AfCwMD>

Centre local de promotion de la santé de Namur
+32 (0)81 75 00 46 - info@clpsnamur.be
<http://www.clpsnamur.be>
Catalogue : <http://www.clps-namur.be/documentation/>

Cultures&Santé asbl
+32 (0)2 558 88 10 - info@cultures-sante.be
<http://www.cultures-sante.be>
Catalogue : <http://www.cultures-sante.be/centre-doc/pedagotheque.html>

Centre de ressources documentaires provincial (Namur)
+32 (0)81 77 67 29 - 77 67 99 - anastasia@province.namur.be
Catalogue : <http://anastasia.province.namur.be>

Réseau IDée (Bruxelles)
02 286 95 70 - info@reseau-idee.be
<http://www.reseau-idee.be>

Centre Local de Promotion de la Santé de Charleroi-Thuin
071/ 33 02 29 - secretariat@clpsct.org
<http://www.clpsct.org>
Catalogue : <http://www.promotionsante.info/documentation.php>

Réseau IDée (Namur)
+32 (0)81 39 06 96 - info@reseau-idee.be
<https://www.reseau-idee.be>

L'avis de PIPSA

Objectifs :

- Sensibiliser aux arguments publicitaires s'appuyant sur la santé en lien avec l'alimentation
- Prendre conscience des promesses de santé venant de la publicité, pour dégager une vision plus globale et multifactorielle de la santé
- Décoder des allégations publicitaires

Appréciation globale :

Parmi les nombreux outils qui abordent l'alimentation, celui-ci présente l'originalité de proposer une réflexion et une analyse critique des slogans publicitaires en lien avec la santé à partir d'un très beau matériel iconographique sur carton, alternative à l'utilisation de publicités réelles. Cependant, l'option graphique des années 50-60 risque de ne pas rencontrer la réalité quotidienne du public.

De plus, le chemin pris par cet outil est à l'inverse du chemin de la publicité : il explore le fond du message (les mots) et aborde peu la forme, par exemple visuelle (sauf dans les jeux de mots mais qui nécessitent une maîtrise de la langue) ; alors que la publicité se situe elle sur la forme, pour masquer le plus souvent le fond. En complément, il serait donc intéressant de consacrer du temps au décodage des formes publicitaires.

La base théorique (qui devra être décodée par l'animateur avant d'être partagée avec le public) procure des informations tout à fait pertinentes qui pourront l'aider à situer la problématique dans un contexte plus général et plus réel. Toutefois, certaines lacunes ont été identifiées : les leviers principaux de la pub sont passés sous silence (rêve, corps parfait, minceur, sexualité, paysage apaisant, voyages) ; l'objectif "vente", présent dans la partie théorique, est absent dans l'outil ; l'aspect industriel de l'alimentation qui sous-tend toute cette publicité n'est pas travaillé et enfin, les arguments les plus banals de la santé (peur, maladie) n'apparaissent pas.

Public cible :

Public adulte maîtrisant mal le français

Utilisation conseillée :

Ce vaste champ d'investigation (alimentation, publicité, santé) verrait avec bonheur une démarche qui part du matériel publicitaire réel auquel les personnes sont confrontées chaque jour : les arguments santé dans la publicité pour séduire le consommateur, l'impact de cette publicité sur les comportements d'achats. Accompagner l'outil d'une analyse plus générale de la publicité, de ses enjeux réels et stimuler l'esprit critique.

Critères d'évaluation :

Cohérent ★★★★★
Attractif ★★★★★
Interactif ★★★★★
Soutenant pour l'utilisateur ★★★★★
Soutenant pour la prom. de la santé ★★☆☆☆

Temps de préparation :



Points forts :

Décodage des arguments publicitaires sur l'alimentation

Points d'attention :

Compléter par de vraies publicités.

Sujets abordés :

Publicités alimentaires, allégations de santé

Date de l'avis : 24 avril 2012

Autour de l'outil

Atelier découverte d'outils spécial Marketing

Autour des outils - publié le 07 mars 2013

Découvrez deux kits d'animation et de réflexion réalisés par Cultures&Santé. Le 26 mars 2013, à Bruxelles.

[Lire la suite](#)



Atelier découverte d'outils spécial Marketing

Autour des outils - publié le 05 août 2013

Pour découvrir deux kits d'animation et de réflexion réalisés par Cultures&Santé.

[Lire la suite](#)



<https://www.pipsa.be/outils/export-2139613869/des-slogans-dans-nos-assiettes.html?export>

28-03-2024 14:14