

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Manger aussi avec sa tête

Le point de vue des consommateurs



Congrès national de la Société Suisse de Nutrition 16.9.2011

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Constat de départ

- L'obésité augmente partout dans le monde industrialisé, en Suisse aussi
- En Suisse, une fille sur cinq et un garçon sur six, âgés de 6 à 12 ans, souffrent d'un excès de poids
- Favorisent l'obésité
 - Manque de mouvement
 - Alimentation déséquilibrée

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing - ou comment faire remarquer son produit

- Marketing par les médias
- Marketing par affichage
- Présence lors d'évènements rassembleurs
- Marketing sur le lieu de vente
- Marketing par l'emballage

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing sur le lieu de vente

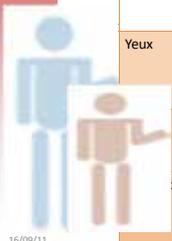


Chapeau	Plus de 160 cm	Ventes: médiocres	Sert de rappel visuel des produits situés sur l'étagère haute
Yeux	160 cm à 110 cm	Ventes: Élevées	Utilisé pour produits d'achats impulsifs
Mains	110 cm à 60 cm	Ventes: moyennes	Produits indispensables et marques propres
Genoux	En dessous de 60 cm	Ventes: médiocres	Premier prix, présentations en vrac, produits lourds

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing sur le lieu de vente

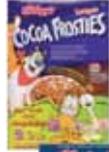
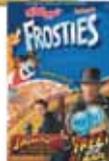


Chapeau	Plus de 160 cm	Ventes: médiocres	Sert de rappel visuel des produits situés sur l'étagère haute
Yeux	160 cm à 110 cm	Ventes: Élevées	Utilisé pour produits d'achats impulsifs
	110 cm à 60 cm	Ventes: parfaites	Produits pour enfants
	En dessous de 60 cm	Ventes: parfaites	Produits pour enfants

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing par l'emballage


Des héros de dessin animé, de film ou de sport encouragent l'achat

Un emballage attractif fait envie aux enfants

Un cadeau caché dans l'emballage suscite l'envie

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing par l'emballage

Des aliments ou des emballages au formes amusantes

Des devinettes ou des jeux sur l'emballage

Des jeux à découvrir sur le site internet de la marque, un club pour enfants promet des avantages

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Marketing par l'emballage

Des arguments « santé » s'adressant aux parents acheteurs

Des photos d'enfants heureux et de bonheur familial

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Enquête de la FRC

- 14 supermarchés répartis en Suisse romande
- 7 chaînes de distribution
- Plus de 1200 produits recensés

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Quels produits tentent d'entrer dans les caddies des enfants?

Catégorie	Nombre de produits
■ sucrés et salés (bonbons, chocolats, snacks, glaces, boissons, pâte à tartiner, cacao, céréales)	1021
■ matière grasse (margarine)	1
■ produits laitiers, viande, charcuteries	145
■ féculents, pains, croissants, céréales non sucrées	21
■ fruits, légumes, compotes, jus, fruits secs	28
■ boissons non sucrées	5

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Comment réagir?

- Famille
 - Éducation à la consommation
 - Avoir du plaisir à cuisiner ensemble
 - Savourer ensemble les plats préparés
 - (Ré)-apprendre à écouter son corps

16/09/11

FRC FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Comment réagir?

- Collectivité
 - Éducation à la consommation
 - Dénoncer les publicités abusives
 - Limiter les allégations santé

16/09/11

Merci de votre attention



© Françoise Bazzi

Barbara Pfenniger

Fédération romande des consommateurs
Rue de Genève 17, 1002 Lausanne
www.frc.ch

16/09/11