

Septembre 2016

La Publicité Favorise l'Obésité Chez Les Enfants



Le taux de surpoids et d'obésité chez les enfants est en hausse. L'une des raisons est l'influence de la publicité pour les produits alimentaires non sains. Chips, bonbons, sodas, céréales sont omniprésents sur les réseaux sociaux et à la télévision. Il existe un lien direct entre le marketing alimentaire et les préférences alimentaires des enfants qui y sont exposés.

Les enfants : une cible vulnérable

De nombreuses études montrent que les enfants sont particulièrement sensibles à l'impact des images et sont donc une cible particulièrement vulnérable. La publicité attire nos enfants vers des aliments gras et sucrés et contribue donc à l'obésité. Différents pays essaient de combattre ce phénomène en mettant des recommandations pour le marketing des aliments et boissons qui sont destinés aux enfants.

Les Recommandations de l'OMS

L'organisation mondiale de la santé a publié en 2012 des recommandations en matière de commercialisation des produits alimentaires et boissons non alcoolisées auprès des enfants. L'OMS recommande « la réduction à la fois de l'exposition des enfants et de la force des messages commerciaux en faveur des aliments peu sains ».

Ceci doit se faire à travers le contrôle des médias (télévision, réseaux sociaux, jeux vidéo, Internet, téléphones portables, affichage, radio...) mais aussi toute forme de publicité dans les lieux qui accueillent les enfants comme les crèches et les écoles. Il faudrait aussi contrôler les techniques utilisées comme par exemple la présence de jouets dans les menus des enfants, les emballages alimentaires....



Septembre 2016

Trilica y contribue aussi...

Les enfants sont des consommateurs adultes en puissance, ce qui fait qu'ils continueront à avoir les mêmes habitudes de consommation à l'âge adulte. Malheureusement, les études montrent que les dépenses alimentaires sont consacrées le plus aux aliments qui ne sont pas nutritionnellement équilibrés. Plus de 50 % des dépenses des enfants âgés de 8 à 12 ans concernent l'achat de bonbons, de confiseries, de chocolat et de chewing-gums.

Grâce aux aliments vendus à la cantine, Trilica essaye de modifier les modes de vie et les habitudes alimentaires des enfants. En ne vendant que les produits sains et en n'offrant que des plats du jour équilibrés, la cantine crée un environnement sain à vos enfants. Ceci aide énormément à leur apprendre à choisir les produits et aliments nutritifs, malgré les publicités.

Je me tiens disponible à tout moment pour répondre à vos questions, comme vous pouvez proposer des sujets qui vous intéressent pour en discuter plus en détail lors de nos lettres mensuelles. N'hésitez pas à me contacter sur christellebedrossian@gmail.com ou au 03-417589.

Trilica reste également à votre écoute pour toute suggestion et remarque que vous auriez ainsi que vos enfants sur les repas servis, au 03-954544 ou carla@trilicatering.com.

Cordialement,

Christelle Bedrossian

Diététicienne-Nutritionniste

Trilica s.a.r.l.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Christelle", is written over the printed name and title.