

Leçon 4 : Publicité relative à la santé et à la condition physique

Introduction

Un aspect important du cheminement d'un consommateur averti est de poser un regard critique sur la publicité associée à de nombreux produits et services axés sur la santé ou la condition physique. Les gens doivent être en mesure de déterminer quelles publicités sont fondées sur des faits et des recherches, et lesquelles font des allégations basées sur des données incomplètes ou erronées. Les fabricants de certains produits visant la condition physique fondent leurs publicités sur bon nombre de mythes entourant le développement de la condition physique. Les agences de publicité sont très ingénieuses et créatives dans la présentation des produits, les faisant paraître extraordinaires et révolutionnaires. Le résultat final est qu'ils réussissent à les vendre, et que le consommateur naïf et peu informé se fait souvent prendre avec des produits de qualité inférieure qui peuvent répondre à leurs attentes, mais seront probablement décevants.

Cette leçon met l'accent sur la publicité entourant les produits de santé et de développement de la condition physique. Les élèves auront l'occasion d'examiner et d'évaluer des annonces de produits de santé et de développement de la condition physique et ils apprendront comment décoder le langage publicitaire pour éviter les déceptions et la fraude.

RÉFÉRENCE



Pour de plus amples détails, veuillez consulter le site Web suivant :

Federal Trade Commission (FTC). "Pump Fiction: Tips for Buying Exercise Equipment." Nov. 2003. *FTC Facts for Consumers*.

<http://www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/products/pro10.shtm>. (anglais seulement)

Pour les mises à jour de sites Web, veuillez consulter les sites Web produits à l'appui du programme d'études des 11^e et 12^e années, à

<http://www.edu.gov.mb.ca/m12/progetu/epes/index.html>.



Résultat d'apprentissage spécifique

12.GC.5 Examiner les méthodes utilisées par les publicitaires pour promouvoir et vendre des produits et des services relatifs à l'exercice, à la condition physique et à la santé.



Principaux éléments de connaissance

- La publicité sert à promouvoir et à vendre des produits et des services.
- Pour évaluer les allégations des publicitaires, il faut disposer de renseignements exacts.

- Les publicitaires utilisent de multiples stratégies pour vendre leurs produits et services.
-



Questions essentielles

1. Quels sont les trucs et stratégies utilisés par les publicitaires pour vendre les produits et services axés sur l'exercice, la condition physique et la santé?
 2. Pourquoi les publicitaires font-ils des allégations concernant leurs produits, et quels sont les types de propriétés qu'ils attribuent aux produits?
 3. De quelle façon les publicitaires s'y prennent-ils pour intégrer le principe FITT (fréquence, intensité, temps, type) quand ils font la promotion de leurs produits axés sur la condition physique et l'exercice?
-



Information générale

Évaluer les promesses ou allégations publicitaires*

Les avantages liés à un mode de vie actif et sain sont bien connus et documentés. Malheureusement, il y a encore des mythes et des conceptions erronées touchant la façon dont le corps réagit à l'exercice et à l'activité physique, comme nous l'avons vu dans la leçon précédente. Les agences de publicité et de marketing faisant la promotion des produits et services axés sur la condition physique sont conscientes de ces notions erronées et s'en servent pour vendre ces produits. Bien des annonceurs peu scrupuleux font des allégations sans fondement selon lesquelles leurs produits d'exercice offrent des méthodes rapides et presque sans effort pour retrouver et maintenir une bonne condition physique ou perdre du poids. La réalité concernant le remodelage du corps est qu'il n'existe aucune méthode sans effort et en tout confort permettant de maintenir sa condition physique et sa santé. Pour obtenir les bienfaits de l'exercice, il faut investir les efforts nécessaires.

Se tenir informé, ou savoir où trouver une information fiable, est la façon de faire la part des choses dans les annonces publicitaires. Le consommateur doit faire preuve de prudence et se méfier de tout produit qui :

- est censé rendre le corps plus attrayant;
- est censé donner des résultats extraordinaires en très peu de temps.

Il faut du temps et des efforts pour apporter des changements au corps humain.

* Source de l'extrait adapté : Federal Trade Commission (FTC). "Pump Fiction: Tips for Buying Exercise Equipment." Nov. 2003. *FTC Facts for Consumers*. <http://www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/products/pro10.shtm>.

Bien que certains fabricants de produits contribuant à la condition physique puissent fournir des résultats de recherches indépendantes pour appuyer leurs dires concernant les produits, bon nombre de fabricants font des allégations exagérées et frauduleuses pour vendre leurs produits.

Certains des éléments clés trouvés dans les annonces devraient alerter les consommateurs quant à la possibilité d'une publicité trompeuse. Lorsque les consommateurs détectent des termes clés tels que les suivants, ils devraient se montrer vigilants quant à la qualité douteuse des produits d'exercice :

- **Facile, sans effort et rapide :** Les annonces de machines et d'autres appareils qui promettent aux consommateurs une « garantie » de certains résultats dans un court laps de temps devraient être ignorées. Les bienfaits de l'exercice ne peuvent pas être emmagasinés, et le corps a besoin de temps pour s'adapter et changer. En d'autres termes, le changement vient avec le temps et l'effort. Les publicités qui promettent des résultats rapides et sans effort sont tout simplement de la fausse représentation.
- **Amaigrissement sélectif (ou ciblé) :** L'une des allégations les plus populaires, et pourtant parmi les plus erronées et fausses, est celle voulant qu'un produit diminue les graisses à un endroit précis du corps. Les parties du corps les plus souvent ciblées par ces annonces sont les fesses, les hanches et le ventre/l'abdomen. Pour obtenir un changement majeur dans son apparence, il faut bien s'alimenter et faire régulièrement des exercices qui font travailler tout le corps.
- **Plus vite que les autres :** Les allégations voulant qu'une machine produise des résultats plus rapidement que d'autres machines similaires sont difficiles à évaluer, surtout quand il n'y a aucune étude scientifique indépendante pour corroborer ces prétentions. On peut penser que tout équipement qui aide une personne à exercer plusieurs parties importantes du corps permettra de dépenser plus de calories qu'un équipement qui ne fait travailler qu'une seule partie. Chacun réagit différemment à l'exercice. Le secret consiste à trouver la bonne fréquence, la bonne intensité, la durée (temps) optimale et le meilleur type d'exercice (FITT) pour soi.
- **Les inscriptions en petits caractères :** S'il y a de petits caractères dans une annonce, même à la télévision, c'est qu'il y a quelque chose que la publicité tente de cacher. Parfois, les petits caractères mentionnent un programme ou un régime à suivre en parallèle avec l'usage de l'équipement. Même s'il n'y a pas de petits caractères, ne pas oublier que le régime conjugué à l'exercice est beaucoup plus efficace pour la perte de poids que le régime ou l'exercice seul.
- **Témoignages :** Attention aux témoignages verbaux ou visuels, comme les illustrations « avant » et « après » de clients « satisfaits ». Leurs expériences ne sont pas caractéristiques; c'est la raison pour laquelle leur témoignage est utilisé. Juste parce qu'une personne a eu du succès avec la méthode ne signifie pas que quelqu'un d'autre aura les mêmes résultats. Bien des supposés « clients » sont des personnes payées par les compagnies, et l'appui de personnes comme des consommateurs, des célébrités ou des athlètes vedettes ne signifie pas que l'équipement est adapté à vos besoins. Un autre aspect à prendre en compte est qu'avec la technologie actuelle, les images

peuvent facilement être retouchées. De fait, certaines photos « avant » et « après » ne sont même pas de la même personne.

- **Coût final total :** En général, le coût annoncé pour un produit n'inclut pas les frais d'expédition et de manutention, la taxe de vente et les frais de livraison et d'installation. Déterminer le coût final de l'achat en calculant les conditions de paiement (p. ex., « trois paiements faciles de . . . seulement 49,95 \$ par mois »). On doit s'informer de tous les détails financiers avant de commander un produit.
- **Garanties et exclusions :** Avant d'acheter, demander les détails relatifs aux garanties et aux politiques d'exclusion et de remboursement. Certaines garanties (p. ex., « 30 jours d'essai, satisfaction garantie ou argent remis ») ne seront peut-être pas aussi alléchantes s'il faut payer les frais d'expédition pour un gros article qu'on veut retourner.



Suggestion pour l'enseignement ou l'évaluation

Analyse d'annonces

Inviter les élèves à apporter en classe des annonces de produits ou de services axés sur la condition physique ou la santé dans divers médias (p. ex., journaux, revues, Internet, télévision) et examiner ensemble ces annonces. Proposer aux élèves de trouver :

- le produit ou service présenté dans une annonce;
- les caractéristiques démographiques du consommateur ciblé;
- les trucs ou stratagèmes utilisés pour vendre le produit ou le service (p. ex., langage, sexualité, témoignage);
- les allégations ou promesses faites (bienfaits escomptés);
- les allégations douteuses (s'il y a lieu);
- le coût et les options de paiement offertes.

Inviter la classe à indiquer les similitudes et différences entre les annonces. Quelles sont les annonces les plus trompeuses, les plus efficaces, les plus légitimes? Discuter des arguments justifiant ces réponses. Choisir quelques annonces et déterminer les connaissances que le consommateur devrait avoir pour prendre une décision d'achat éclairée, d'après les renseignements contenus dans l'annonce? Utiliser le principe FITT et les autres principes en matière d'entraînement pour évaluer les promesses faites dans les annonces.

RÉFÉRENCE



Pour de plus amples détails sur le principe FITT, consulter la leçon 6 du module B du document suivant :

Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba. *Éducation physique et Éducation à la santé 11^e année – Programme d'études : cadre manitobain des résultats d'apprentissage et document de mise en œuvre pour un mode de vie actif et sain*. Winnipeg, Manitoba : Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, 2008. Disponible en ligne à <http://www.edu.gov.mb.ca/m12/progetu/epes/docmin.html>.