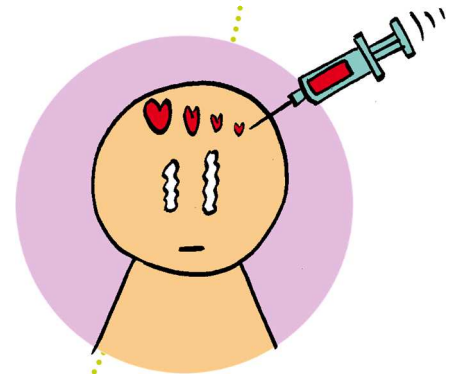


La publicité est dans nos têtes

La publicité entre dans toutes les têtes, même des personnes qui n'en veulent pas. Par exemple, si quelqu'un dit le mot « yaourt » ou « soda », aussitôt nous pensons à des marques. Même les personnes qui ne boivent pas de Coca-Cola, qui pensent que ce n'est pas bon pour la santé ou pour l'environnement... ont la marque dans la tête. **Cela occupe une partie de notre cerveau et peut changer notre façon de voir le monde.**



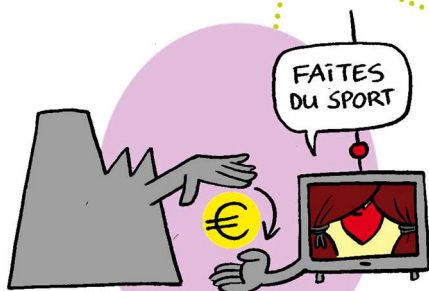
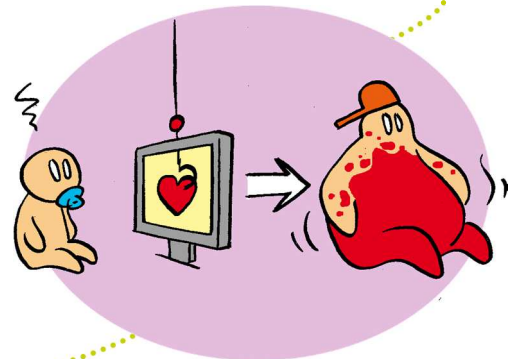
La publicité et les enfants

Pour les entreprises, il est très intéressant de faire de la publicité qui parle aux enfants. Ils demandent ensuite à leurs parents d'acheter la marque. L'objectif est qu'ils gardent l'habitude de la choisir en grandissant.



Mais les publicités posent des problèmes de santé. Certaines encouragent les enfants à manger des aliments gras et sucrés, entre les repas. Selon différentes études, plus les enfants passent de temps devant les écrans et voient des publicités, plus ils auraient des problèmes de poids.

La publicité a donc été interdite dans les programmes pour enfants sur les chaînes publiques, mais pas sur les chaînes privées comme Gulli. Et les entreprises se rattrapent en les montrant à d'autres moments de la journée, par exemple avant le journal télévisé.

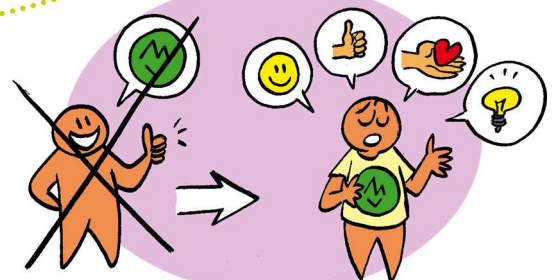


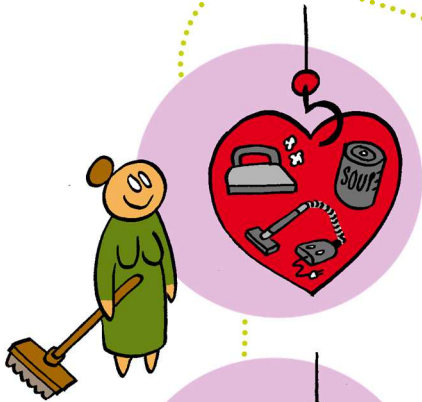
Une loi oblige les entreprises à financer des programmes qui expliquent l'importance d'une bonne alimentation pour la santé, de bouger, de faire du sport.

Pour l'Organisation Mondiale de la Santé, cela ne suffit pas. Il faudrait que la France interdise les publicités pour les produits trop gras et trop sucrés. Mais beaucoup d'entreprises luttent contre cette interdiction et disent que c'est aux consommateurs d'être responsables.

Elle change le sens des valeurs

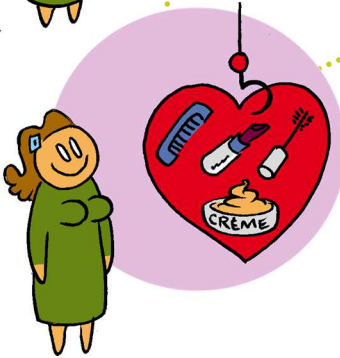
Aujourd'hui, les publicitaires ne parlent plus des produits, ils parlent de valeurs : si vous achetez cette marque, vous aurez l'air cool, sympa, généreux, créatif... Vous serez différents des autres. Mais, en réalité, cela veut seulement dire que nous avons l'argent pour acheter ce produit !



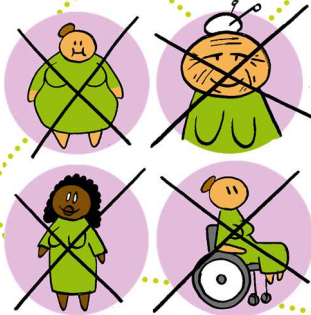
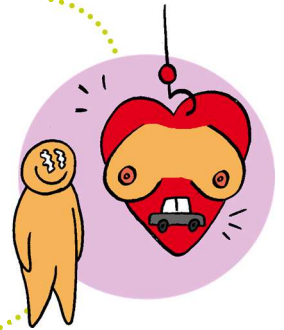


L'image de la femme

Depuis la création de la publicité, **l'image de la femme a beaucoup changé**. Avant, c'était la femme à la maison, qui faisait le ménage et préparait de bons petits plats en attendant son mari et en s'occupant de ses enfants. On essayait de lui vendre des fours, des fers à repasser, des petits pots pour bébés, des aspirateurs, pour faire le ménage en souriant, **être une bonne mère et une bonne épouse !**

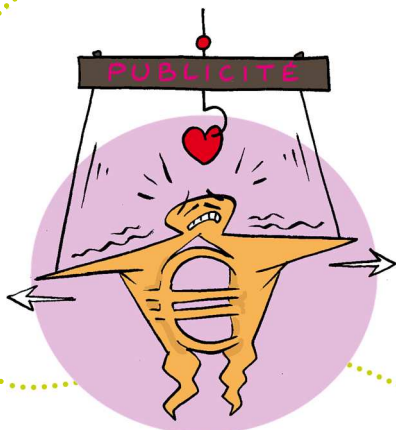


Puis, petit à petit, la femme a changé dans les publicités. Elle doit prendre soin d'elle, **être belle...** Elle est montrée de moins en moins habillée. Et **elle est parfois vue comme un objet**. De nombreuses marques de voitures utilisent les femmes. Elles semblent dire : « *Si vous roulez dans cette belle voiture, vous pourrez avoir de belles femmes !* »



Dans la publicité, les femmes sont presque toutes parfaites, sans défauts. Elles donnent l'idée qu'il faut être mince, ne pas avoir de rides, être toujours bien maquillée... Cela ne représente pas la réalité. Par exemple, dans les publicités, il y a très peu de femmes rondes, de couleur, en situation de handicap...

Le risque est que certaines se comparent à ces mannequins. Elles ont alors une **mauvaise image d'elles-mêmes, manquent de confiance**, se trouvent trop grosses... Des adolescentes font des régimes, ont des problèmes alimentaires...



Une violence

La publicité s'adresse aux personnes qui ont de l'argent. Les marques font croire qu'il faut avoir leurs produits pour être heureux. Pour ceux et celles qui ne peuvent pas les acheter, c'est parfois une violence.