



## POSTULAT

**Auteur** Alexandre Dubuis et Jean-Daniel Melly, Les Vert.e.s, Mathieu Carruzzo, PLR/FDP et Françoise Métrailler, PDCVr

**Objet** Face aux vidéos « kids unboxing » que faisons-nous ?

**Date** 17/12/2021

**Numéro** 2021.12.550

La consommation de vidéos sur internet est en plein boum avec 91% des Suisses entre 15 et 29 ans qui visionnent des vidéos sur YouTube. Dans ce contexte, le « kids unboxing », procédé qui consiste pour des internautes à produire des vidéos dans lesquelles ils déballetent et testent des produits connaît un grand essor. Ainsi, des enfants sont filmés en train de découvrir et savourer des produits alimentaires. Ce genre de vidéos (1), qui ne sont pas considérées comme des annonces payantes, échappent de ce fait aux réglementations relatives aux annonces publicitaires.

C'est dans ce contexte que la Haute Ecole de gestion Arc, sur mandat de Promotion santé Valais, a réalisé une étude suisse de neuromarketing analysant l'impact de la communication des enfants youtubeurs sur les comportements alimentaires d'enfants de 4 à 13 ans en Suisse. Cette étude montre que les produits sucrés attirent plus l'attention des jeunes que les produits non sucrés et la plupart des enfants ne considèrent pas ces vidéos de type "kids unboxing" comme de la publicité. De plus, le visionnage répété de ce genre de vidéos stimule l'envie de manger et conduit à adopter un comportement davantage automatique et non conscient. L'"unboxing" exerce donc une influence considérable sur les jeunes et conditionne leurs habitudes alimentaires en promouvant des aliments transformés, ce qui représente un important enjeu de santé publique.

Cette étude met de plus en évidence 2 constats principaux :

- Le rôle des jeunes parents sur l'adoption des saines habitudes de vie et le développement de l'esprit critique des jeunes enfants
- Les facteurs d'influences, publicités déguisées orientées chez les tous jeunes enfants, particulièrement captifs.

Le Conseiller national Christophe Clivaz a interpellé récemment le Conseil fédéral à ce sujet (30.09.2021). La réponse du Conseil fédéral à cette interpellation (17.11.2021) stipule que le conseil fédéral ne va pas légiférer en la matière et qu'il entend poursuivre avec les cantons un travail de prévention à la nutrition (2).

1. Par exemple :

<https://www.youtube.com/watch?v=5rnKvpocxB0>

2.

<https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=202>

14199

### Conclusion

Par ce postulat, nous souhaiterions que le canton mette en place une action de sensibilisation aux vidéos de type « kids unboxing » et autres marketings similaires.

Il s'avère indispensable que de futures actions de prévention intègrent la stratégie numérique cantonale et ne

soient pas seulement informatives (flyers, site web, etc.) mais mobilisent la dimension affective et l'expérience en prenant en compte les adultes (parents, éducateurs, enseignants, etc.). Il convient de les rendre attentifs à ce nouveau phénomène méconnu.

Bien évidemment une attention doit être donnée aux enfants pour qu'ils développent un esprit critique sur les facteurs d'influence afin qu'ils identifient ce type de vidéo comme des publicités qui modifient sournoisement notamment leur comportement alimentaire.