



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ACEF Rive-Sud de Québec
33, rue Carrier
Lévis G6V 5N5

Éthique et publicité : 10 000 jeunes Québécois s'expriment

Dévoilement des messages publicitaires gagnants

Lévis, le 25 mai 2017 – La participation de près de 10 000 jeunes Québécois à la 14^e édition du concours *Les Prix du cœur de la publicité* témoigne de leur intérêt soutenu à s'exprimer sur un sujet toujours d'actualité : la place de l'éthique dans le monde du marketing et de la publicité. Cette année, les jeunes de 108 écoles secondaires, 16 maisons de jeunes, 4 carrefours jeunesse-emploi et de 5 autres organismes jeunesse ont participé à cette activité de sensibilisation en votant pour la meilleure et la pire publicité.

Continuellement sollicités par les publicitaires, les jeunes représentent un public cible important compte tenu de l'influence qu'ils exercent sur leurs parents, leur propre pouvoir d'achat, leur vulnérabilité, pour ne nommer que cela. C'est pourquoi ils doivent développer leur esprit critique face à la publicité afin d'évaluer l'impact qu'elle peut avoir sur leurs choix de consommation. Le concours *Les Prix du Cœur de la publicité* représente donc un moyen d'effectuer une réflexion plus approfondie sur le sujet.

Les publicités gagnantes

Les Éleveurs de porc du Québec ont remporté le prix Cœur d'or 2017 pour la campagne « Facile à cuisiner. Facile à savourer » avec la publicité *Tresse* créée par l'agence LG2 de Montréal. La majorité des jeunes ont voté pour cette publicité parce qu'elle véhicule de belles valeurs familiales. Cette publicité brise le stéréotype de la mère à la maison qui s'occupe de tout en promouvant l'implication du père dans la vie de famille. De plus, elle favorise une consommation responsable, car elle prône l'achat de produits locaux, tout en invitant à adopter de saines habitudes de vie grâce à une bonne alimentation. Un trophée a été remis aux Éleveurs de porcs du Québec ainsi qu'à l'agence LG2 pour les remercier de produire de la publicité respectant les consommateurs et leurs valeurs.

La publicité ayant remporté le prix Cœur de pierre est celle de Vidéotron, intitulée *Mercredi*. Les jeunes ont reproché à celle-ci d'inciter les gens à fuir leurs responsabilités (travail, école, etc.) et à passer beaucoup trop de temps sur leurs appareils électroniques. Elle envoie, selon eux, un message négatif à la population : s'endetter pour avoir accès à Internet en tout temps et se couper du monde en demeurant à la maison et en restant devant ses téléviseurs, ordinateurs et téléphones cellulaires. Les jeunes s'entendent pour dire que cette publicité fait rire, mais ne transmet pas de valeurs positives.

Les prix de participation

Un tirage d'un *iPad mini* et de cartes *iTunes* a été réalisé parmi tous les groupes participants à travers le Québec.

Le concours, en bref

Mis sur pied en 2004, le concours *Les Prix du cœur de la publicité* est une activité pédagogique portée par l'ACEF Rive-Sud de Québec, en collaboration avec Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, l'Office de la protection du consommateur et 17 autres associations de consommateurs du Québec. Grâce à ce concours, les jeunes sont sensibilisés à l'influence de la publicité dans leur prise de décision et sont encouragés à consommer de façon responsable. Enfin, l'objectif ultime est de conscientiser les publicitaires afin qu'ils introduisent davantage d'éthique dans leurs messages.

❖ Pour plus de détails sur le concours, visitez le : www.prixducoeurdelapub.com

À propos de l'ACEF Rive-Sud de Québec

Fondée en 1987, l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) Rive-Sud de Québec est un organisme à but non lucratif d'aide, d'éducation et d'intervention dans les domaines du budget, de l'endettement, de la consommation et du logement. L'ACEF travaille également à défendre les droits des consommateurs et des locataires. Elle dessert la population de la ville de Lévis et des municipalités régionales de comté (MRC) suivantes : Bellechasse, L'Islet, Lotbinière et Montmagny. Elle est membre de l'Union des consommateurs, de la Fondation pour les consommateurs et du Regroupement des comités logements et associations de locataires du Québec.

Source :

Marie-Josée Carrier
Agente de communication et de formation
ACEF Rive-Sud de Québec, 418 835-6633 poste 231
mj.carrier@acefrsq.com