Publicité alimentaire aux enfants

DANS LES RESTAURANTS RAPIDES ET FAMILIAUX

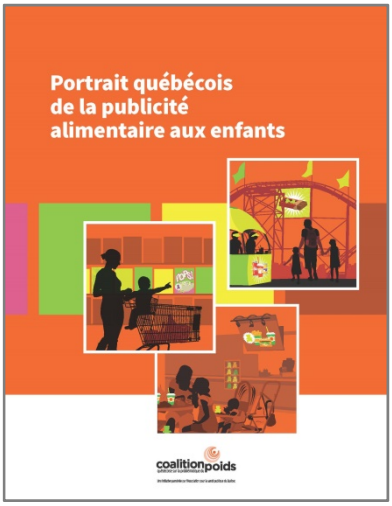


coalitionpoids
québécoise sur la problématique du

Une initiative parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec

Avant-propos

Réalisé par la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids), ce rapport présente des stratégies publicitaires ciblant les enfants de moins de 13 ans au Québec. Il fait partie d'un ensemble de quatre documents constituant un portrait de la publicité alimentaire destinée aux enfants dans les commerces de détail alimentaire, les restaurants rapides et familiaux, ainsi que les lieux et événements familiaux.



Portrait québécois de la publicité alimentaire aux enfants



Publicité alimentaire aux enfants dans les commerces de détail alimentaire



Publicité alimentaire aux enfants dans les lieux et événements familiaux

Les informations contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.
© Coalition québécoise sur la problématique du poids (2019).

Coalition québécoise sur la problématique du poids

La Coalition Poids, une initiative parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec, a pour mandat de revendiquer des modifications législatives et réglementaires et des politiques publiques afin de favoriser la mise en place d'environnements facilitant les saines habitudes de vie, qui contribuent à prévenir les problèmes de poids et les maladies chroniques.

La Coalition Poids réunit les appuis de plus de **550 partenaires** issus du monde scolaire, municipal, de la santé, de la recherche, de l'environnement, de la nutrition et de l'activité physique.

4529, rue Clark, bureau 102
Montréal (Québec) H2T 2T3
Tél. : 514 598-8058
info@cqpp.qc.ca | cqpp.qc.ca
twitter.com/CoalitionPoids
facebook.com/CoalitionPoids

coalitionpoids
québécoise sur la problématique du

Une initiative parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec

Table des matières

Introduction **3**
Documentation de la publicité aux enfants dans les restaurants 3
Apparence du menu **4**
Restaurants rapides 5
Menu pour enfants 5
Contenu du menu 7
Restaurants familiaux 9
Menu pour enfants 9
Contenu du menu 11
Présentation du repas **13**
Emballages amusants 13
Remise de jouets 16
Sommaire des pratiques liées 18
Promotion à l'intérieur des restaurants **19**
Restaurants rapides 20
Restaurants familiaux 22
Personnages de marque **23**
Sites web **24**
Conclusion **30**
Annexe **31**
Références **98**

Introduction

Les restaurants utilisent plusieurs stratégies pour attirer l'attention des enfants et créer un sentiment d'appartenance et de fidélité. Plusieurs ont recours à des stratégies de marketing-mix. Celles-ci permettent notamment de fidéliser les jeunes consommateurs à une marque, et cela fonctionne : 93 % des enfants de 3 à 5 ans reconnaissent le logo de McDonald's, et ce, avant même de savoir lire[1].

Le portrait suivant illustre les pratiques de marketing déployées pour intéresser les enfants dans les principales chaînes de restaurants rapides et familiaux du Québec. Quelques exemples des différentes stratégies sont présentés, mais l'ensemble des photos prises dans les restaurants est disponible en annexe.

Documentation de la publicité aux enfants dans les restaurants

Au total, entre février et avril 2019, **20 chaînes de restaurants** et leurs **sites Web** ont été visités. La collecte de données a été faite dans au moins un restaurant de chaque chaîne. Afin de colliger les informations de manière systématique, des grilles d'observation ont été réalisées et complétées.

L'observation a porté sur **l'apparence du menu**, la **présentation du repas** et **l'affichage promotionnel** (ex. : affiches publicitaires incluant les repas et tout autre produit offert situé dans l'ensemble du restaurant). L'offre alimentaire destinée aux enfants a aussi été examinée.

Suite à la collecte, pour faciliter l'identification et l'analyse de stratégies de marketing utilisées, les restaurants ont été regroupés selon trois catégories :

- restaurants rapides : le client commande et paye avant de manger[2].
- restaurants familiaux : restaurants à service complet[3].
- les deux modèles : restaurants offrant la formule restaurant rapide et/ou la formule restaurant familiale selon le commerce.

Le tableau suivant classe donc les restaurants visités en fonction des catégories identifiées.

Formule restaurants rapides visités	Formule restaurants familiaux visités
• A&W • Benny & Co.* • Burger King • Dominos • Harvey's • La Belle province • McDonald's • PFK • Subway • Tim Hortons • Valentine	• Boston Pizza • Cage aux sports • Cora • Mikes • Normandin • Pacini • Pizza Hut* • Scores • St-Hubert*
*Benny&Co., St-Hubert et Pizza Hut offrent les deux formules de restauration. Ceux-ci ont été classés selon le modèle visité.	

Il faut noter que les modèles d'affaire des restaurants ne sont pas toujours identiques au sein d'une même bannière et que les pratiques publicitaires peuvent varier d'un établissement à l'autre. Les observations suivantes ne peuvent donc pas être généralisées, mais elles donnent un aperçu des tactiques de marketing utilisées dans les restaurants québécois.

Apparence du menu

Dans les restaurants où un menu pour enfants est disponible, différents éléments sont observés, dont l'utilisation de **noms de repas amusants** (ex. : *Sur une patte*, *Bébé Burger, Bibitte au fromage, Macaroni Sourire, Mini-pizza lapin, etc.*), de **couleurs** ou de polices d'**écriture attrayantes**, d'images de **jouets** ou de **personnages de marque**. Des activités annexées au menu pour enfants sont souvent proposées.

De plus, plusieurs restaurants profitent des menus enfants pour faire du **placement de produits** alimentaires d'une marque spécifique. Qu'il s'agisse de boissons, de dessert ou d'accompagnement, il n'est pas rare de voir certains produits dont la marque est aisément identifiable et en vedette dans le menu pour enfants. Par exemple, ils mettent en évidence les photos ou les logos de jus de fruits Oasis, de l'eau Aquafina, des compotes Mott's, Fruit Me Up! ou Buddy Fruits, des Pogo, des bonbons Nerds ou du Nutella.



Pacini (2019) : Nutella



Harvey's (2019) : Oasis et Mott's



Subway (2019) :
Aquafina et Buddy Fruits

Restaurants rapides

Menu pour enfants

Ce ne sont pas tous les restaurants rapides qui proposent un menu pour enfants sur les lieux. Parmi les restaurants rapides visités, quatre n'en affichent pas au comptoir :

- **Domino's**
- **La Belle Province***
- **PFK**
- **Valentine***

***Sur les sites Web des restaurants La Belle Province et Valentine, il est cependant possible d'avoir accès à un menu pour enfants.





La Belle Province : saisie d'écran 29 avril 2019

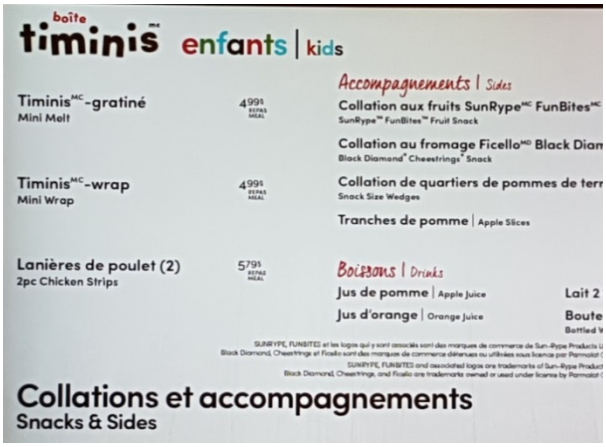
Pour les autres établissements de restauration rapide, la plupart des menus pour enfants sont affichés au-dessus du comptoir de commande ou au service au volant. Ils sont présentés de façon **ludique**, sont **facilement repérables** et ont minimalement un élément de publicité destiné aux enfants. Le tableau de la page suivante présente un sommaire des constats.



McDonald's (2019)



Burger King (2019)



Tim Hortons (2019)

Tableau 1 : apparence du menu pour enfants dans les restaurants rapides visités

Restaurants	Nom du menu pour enfants	Intérieur (commande au comptoir)						Extérieur (service au volant)
		Polices enfantines	Noms de plats amusants	Couleurs ou dessins enfantins	Promotion de l'emballage repas	Promotion du jouet	Placement de produits alimentaires	Présentation attrayante du menu pour enfant
A&W	Menu pour enfants		✓	✓				
Benny & Co.	Menu Bambin		✓	✓		«Surprise » inscrit sur le menu		
Burger King	Repas King junior			✓		«Jouet » inscrit sur le menu		✓
Harvey's	Trios pour enfants	✓				« Cahier d'activités » inscrit sur le menu	✓	
McDonald's	Joyeux festin				✓	Présentoirs dans l'aire de commande	✓	
Subway	Trio pour enfants					Affiche à la caisse	✓	N/A
Tim Hortons	Boîte timinis	✓	✓	✓	✓			

Contenu du menu

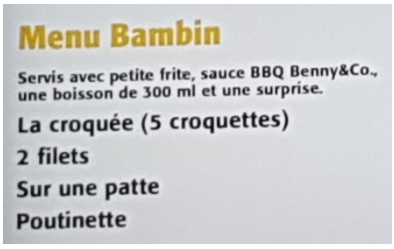
Les menus pour enfants des restaurants rapides sont souvent constitués d'une combinaison de trois ou quatre aliments, dont **plusieurs sont de faible valeur nutritive**. En général, le mets principal proposé est constitué de croquettes de poulet, d'un hamburger, d'un wrap ou d'un sandwich. En accompagnement, on retrouve des frites, de la compote, des tranches de pommes, du fromage et du yogourt aromatisé[i]. Le plus souvent, les boissons proposées sont des **jus de fruits**, des **bouteilles d'eau** ou de **lait nature ou chocolaté**.



A&W (2019)



Burger King (2019)



Benny & Co. (2019)



Tim Hortons (2019)



Subway (2019)

Bien que certaines chaînes mettent de l'avant des aliments sains en accompagnement, ces choix font piètre figure par rapport aux autres items du menu pour enfants. Les images de boissons sucrées, de frites, de croustilles et de biscuits apparaissent souvent en évidence dans le menu général affiché sur les écrans.



Mc Donald's (2019)

[i] Note : le yogourt offert avec le Joyeux festin de McDonald's correspond à 5 % de la valeur quotidienne de sucres.



Tim Hortons (2019)



Harvey's (2019)



Subway (2019)

Restaurants familiaux

Menu pour enfants

Comme le montre le tableau ci-dessous, les restaurants familiaux utilisent régulièrement le menu pour enfants comme un outil marketing.

Tableau 2 : apparence du menu pour enfants dans les restaurants familiaux visités

Restaurants	Menu					Coloriage et activités				Placement de produits alimentaires
	Police enfantine	Couleur ou dessins enfantins	Présence de personnages de marque	Noms de plats amusants	Plat servi dans un emballage-jouet	Jeux ou coloriages intégrés au menu	Napperon jeu	Cahier d'activités remis séparément	Présence de personnages de marque ou logo	
Boston Pizza	✓	✓	✓	✓				✓		✓
La Cage aux Sports						✓			✓	
Cora	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓
Mikes	✓	✓	✓	✓			✓		✓	
Normandin	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓
Pacini	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓
Pizza Hut				✓						
Scores	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	
St-Hubert	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓

En effet, 90 % des chaînes visitées ont un menu pour enfants qui rappelle la marque (ex. : logo et personnage de marque). Certains sont plus attrayants que d'autres, mais la grande majorité vise directement l'enfant et combine différentes stratégies. Par exemple, des **menus-napperons** ou des **menus combinés avec des jeux** tels que du coloriage ou des devinettes sont proposés. Certains vont jusqu'à combiner jeux, menu et napperon. Dans d'autres cas, des **cahiers d'activités** sont offerts aux enfants pour les aider à patienter en attendant le repas. Ceux-ci arborent également les **logos et personnages** des restaurants aux côtés des aliments ou des photos de plats pour enfants.



St-Hubert (2019) : menu-napperon avec jeux



Pacini (2019) : menu-napperon avec jeux



Cora (2019) : menu pour enfants



Scores (2019) : menu – cahier d'activités

Contenu du menu

Dans la majorité des restaurants familiaux étudiés, le repas pour enfants inclut une boisson, parfois offerte à volonté, un mets principal et un dessert.

Même si l'étendue de l'offre alimentaire est plus grande que pour les restaurants rapides, la plupart du temps, la malbouffe tend à dominer dans les menus pour enfants des restaurants familiaux. Les **boissons sucrées sont les plus fréquemment imagées**, soit des jus de fruits ou des boissons gazeuses. Le lait est également proposé, mais rarement mis de l'avant en version nature. Aucun des menus pour enfants dans les restaurants familiaux visités ne présentait de l'eau.



Boston Pizza (2019)



Normandin (2019)



La Cage aux Sports (2019)



Mikes (2019)

Le mets principal est **souvent peu nutritif** : pizza, croquettes, hamburger ou pâtes blanches avec une sauce au fromage, aux tomates et/ou à la viande. En accompagnement, les frites sont souvent suggérées dans le menu pour enfants. Quant aux accompagnements à base de légumes (soupe, salade, crudités), seuls quelques restaurateurs les mettent de l'avant.



Mikes (2019)



Scores (2019)



La Cage aux Sports (2019)



Pacini (2019)



Normandin (2019)

Par ailleurs, l'offre de desserts est surtout constituée de crème glacée ou de gâteaux, bien que l'on retrouve parfois aussi des fruits ou des compotes. Ces derniers peuvent néanmoins sembler peu attrayants s'ils sont comparés aux autres choix.



St-Hubert (2019)



Normandin (2019)



Boston Pizza (2019)

Présentation du repas

Emballages amusants

L'emballage des aliments ou de l'ensemble du repas est souvent exploité pour retenir l'attention des enfants, et ce, spécialement dans les restaurants rapides. Les personnages apparaissant sur les emballages peuvent influencer les habitudes alimentaires des enfants, ces derniers les préfèrent à un autre aliment identique et leur attribuent même un meilleur goût, particulièrement pour les aliments à haute teneur calorique, mais pauvre en nutriments[4,5]. De plus, la présence du logo de l'entreprise influencerait aussi la perception des enfants. Par exemple, une étude américaine réalisée en 2007 démontre que les enfants préfèrent le goût des aliments et boissons lorsqu'ils croient que ceux-ci proviennent de McDonald's[6].



Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2013-2019)

À l'exception de Subway et Harvey's, les **restaurants rapides visités** remettent le repas pour enfants dans des emballages dont la plupart sont ludiques. Que ce soit par la présence de personnages ou un emballage plus coloré qu'à l'habitude, les techniques de marketing sont nombreuses pour rejoindre les enfants. Certains emballages, comme ceux d'A&W et McDonald's, font même du placement de leurs produits,





Burger King (2019)





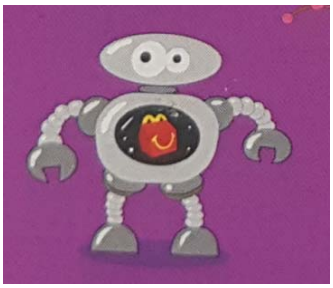


McDonald's (2019)

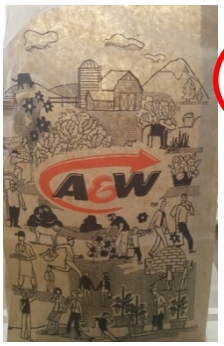


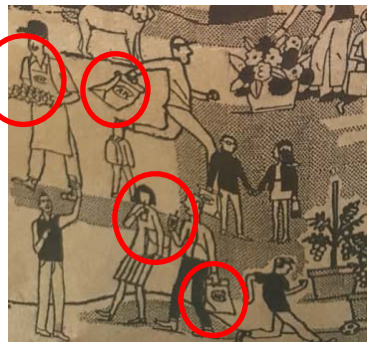
Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2013)





Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2013)









A&W (2019)

Dans tous les cas, que l'emballage soit enfantin ou non, l'enfant est largement exposé à la marque, qui se retrouve sur l'emballage du repas pour enfants sur l'emballage des aliments et même sur les serviettes de table.

Parmi les **restaurants familiaux analysés**, seuls deux ont recours à un emballage publicitaire dans la



Subway (2019)



Archives de la Coalition Poids. Subway (2014)

présentation des repas pour enfants. Scores et Saint-Hubert offrent certains repas consommés sur place dans des emballages de carton ludiques mettant leurs personnages de marque et le logo de leurs restaurants en valeur.

Chez Saint-Hubert, la classique voiturette jaune en carton est réservée aux enfants qui optent pour les **croquettes de poulet**, ce qui est susceptible de les influencer en faveur de ce choix, au détriment d'options plus saines. Similairement, Scores réserve son emballage amusant au **poulet pané** et au **mini-hamburger avec fromage**; les rendant plus attrayants que le plat de tortellini ou de cuisse de poulet accompagné de légumes.



St-Hubert (2019)



Scores (2019)

Au-delà de l'aspect éthique lié à la publicité aux enfants, on peut questionner **l'impact environnemental** d'un tel suremballage en salle à manger, puisque des assiettes réutilisables sont déjà utilisées sous les boîtes enfantines pour amener les plats à table.

Par ailleurs, plusieurs chaînes de restaurants offrent aussi la **livraison à domicile**. Dans ces cas, les mets commandés sont nécessairement emballés. Les menus pour enfants ne sont généralement pas placés dans des boîtes enfantines sauf la boîte pour emporter de Benny & Co.





Benny&Co. (2019)

Remise de jouets

L'offre de jouets avec le repas pour enfants est une tactique publicitaire **largement utilisée dans les restaurants rapides**. Cette forme de promotion croisée permet de promouvoir les deux produits en même temps, renforçant ainsi le désir d'obtenir les deux. Très souvent, ces jouets sont associés à des **films**, des **émissions** ou des **séries de jouets populaires** pour enfants.



Archive de la Coalition Poids. Burger King (2007) : promotion du film Les Simpson.



Burger King (2019): promotion du film Max Steel (2017)



McDonald's (2019) : promotion du film Lego.

La plupart des jouets offerts sont des **collections limitées dans le temps**, incitant ainsi les jeunes consommateurs à revenir rapidement pour obtenir l'ensemble des jouets promus.



Archives de la Coalition Poids.
Subway (2012; 2014; 2015) : promotion des films Les mondes de Ralph ; Les nouveaux Héros ; Le bon dinosaure.
Subway (2019): promotion des jouets Hasbor Littlest PetShop.



Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2007 à 2019).

Au Québec, depuis 2017, McDonald's offre la possibilité de choisir **un livre au lieu d'un jouet** pour accompagner le repas pour enfants. Ceux-ci sont également offerts sous forme de **collection**, invitant l'enfant à se procurer le prochain livre.

En 2009, Burger King a été la première chaîne de restaurants à reconnaître qu'elle a fait de **la publicité**



McDonald's (2019)



McDonald's (2019)

illégale destinée aux enfants notamment par le biais d'une affiche promotionnelle.







Archives de la Coalition Poids. Burger King (2007)



Des archives de la Coalition Poids permettent également d'illustrer que les restaurants McDonald's **positionnent leur marque** et le **Joyeux festin sur les jouets remis aux enfants**. Des plaintes auprès de l'Office de la loi sur la protection du consommateur ont d'ailleurs été formulées à cet effet.





Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2013)



Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2018)



Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2015)

Sommaire des pratiques liées

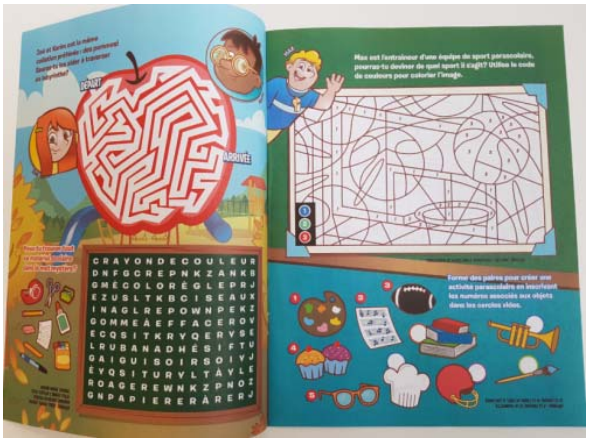
Dans les **restaurants rapides**, la remise de jouet et l'emballage ludique du repas et des aliments est une pratique bien ancrée. En effet, seul un des restaurants visités, soit A&W, n'offrait pas de jouet à l'achat d'un repas pour enfants.

Tableau 3 : emballages ludiques et jouets dans les restaurants rapides visités

Restaurants	Emballage du repas (ex.: sac ou boîte)					Emballage des aliments			Remise de jouet
	Emballage ludique	L'enfant peut jouer avec l'emballage	Présence de la marque	Présence de personnages de marque	Placement de produits alimentaires	Présence de la marque	Emballage enfantin	Personnages de marque	
A&W	✓		✓		✓	✓		✓	
Benny & Co.	✓	✓	✓	✓					✓
Burger King	✓		✓	✓		✓	✓		✓
Harvey's			✓			✓			✓
McDonald's	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Subway			✓			✓			✓
Tim Hortons	✓		✓			✓			✓

Dans les **restaurants familiaux**, les emballages ludiques sont plus rares. Sur l'ensemble des restaurants visités, seuls deux proposent un tel emballage : Scores et Saint-Hubert.

Par ailleurs, il n'y a pas de jouets. Ce sont plutôt des **cahiers activités**, annexés ou non au menu, qui sont remis aux enfants pour les faire patienter en attendant de recevoir le repas.



Boston Pizza (2019) : cahier d'activités



Cora (2019) : cahier d'activités

Promotion à l'intérieur des restaurants

À l'intérieur même des restaurants, d'autres tactiques sont utilisées pour attirer l'attention des enfants. Il s'agit par exemple d'**affiches**, de **décor**, de **présentoir de jouets**, de **salle de jeux**, de **passe-tête**, etc. Les affiches publicitaires destinées aux enfants sont normalement interdites au Québec.



Boston Pizza (2019)



Archives de la Coalition Poids.
St-Hubert (2014-2019)

Restaurants rapides

En ce qui concerne les stratégies publicitaires dans les restaurants rapides, McDonald's se démarque particulièrement des autres, dû à la combinaison des stratégies utilisées.

Tableau 4 : promotion à l'intérieur des restaurants rapides visités

Restaurants	Affichage de personnages de marque	Affiches publicitaires destinées aux enfants	Présentoir de jouets	Placement de produit alimentaire	Salle de jeux	Autres stratégies
A&W	✓					
Benny & Co.	✓					
Burger King					✓	
Harvey's						
McDonald's		✓	✓	✓	✓	✓
Subway		✓		✓		
Tim Hortons						



McDonald's (2019) : affiche publicitaire

McDonald's (2019) : affiche publicitaire



McDonald's (2019) : salle de jeux



McDonald's (2019) : coloriage en libre-service

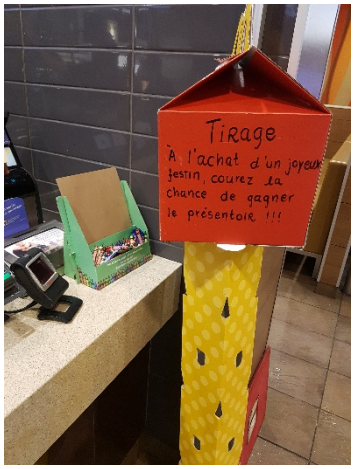


McDonald's (2019) : bavoir pour enfants en libre-service

Souvent situé à l'entrée du restaurant ou près du comptoir de commande, les **présentoirs de jouets** dans les restaurants McDonald's sont disposés de façon **attrayante et à la hauteur des enfants**. Ils exposent les jouets à collectionner dans un temps limité, devenant ainsi un incitatif pour les enfants de revenir au restaurant. Leur légalité est actuellement questionnée dans le cadre d'une action collective de Antonio Bramante c. LES RESTAURANTS MCDONALD DU CANADA LIMITÉES (McDonald's)[7].



Archive de la Coalition Poids. McDonald's (2016)



McDonald's (2019) : concours pour gagner le présentoir



Archives de la Coalition Poids. McDonald's (2018)



Archive de la Coalition Poids. McDonald's (2017)



McDonald's (2019): ballons offerts

Les autres pratiques observées dans les **restaurants rapides** visent entre autres à mettre des **personnages de marque** en valeur.



Benny & Co. (2019)



Subway (2019)



A&W (2019)

Restaurants familiaux

Dans les restaurants familiaux visités, la promotion destinée aux enfants dans les salles à manger est plutôt inégale. La Coalition Poids observe que les salles de jeux sont rares, comme un seul restaurant visité en était doté. Il semble également qu'il y ait des disparités au sein de restaurants appartenant à une même chaîne; par exemple certains Benny & Co. ont une salle de jeux. Par ailleurs, quatre restaurants avaient une **affiche publicitaire** ayant des éléments enfantins ou de l'affichage sur lequel figurent **les personnages de marque** de la chaîne de restauration.



St-Hubert (2019) : salle de jeux



Boston Pizza (2019) : passe-tête



Pizza Hut (2019) : affiche publicitaire

Tableau 4 : promotion à l'intérieur des restaurants rapides visités

Restaurants	Affichage de personnages de marque	Affiches publicitaires destinées aux enfants	Passe-tête	Salle de jeux
Boston Pizza		✓	✓	
La Cage aux Sports				
Cora	✓			
Mikes				
Normandin				
Pacini				
Pizza Hut		✓		
Scores				
St-Hubert	✓			✓

Personnages de marque

L'utilisation de personnages de marque est plutôt répandue. Les deux tiers des restaurants visités ont recours à ce type stratégie publicitaire. Ceux-ci sont présents sur les **menus**, les **cahiers d'activités**, sur les **affiches promotionnelles** et certains **contenants** utilisés pour servir les repas aux enfants.

Tableau 5 : personnages de marque dans les restaurants s

Restaurants rapides	Personnages de marque
A&W	✓
Benny & Co.	✓
Burger King	✓
Harvey's	
McDonald's	✓
Subway	
Tim Hortons	

Restaurants familiaux	Personnages de marque
Boston Pizza	✓
La Cage aux Sports	
Cora	✓
Mikes	
Normandin	✓
Pacini	✓
Pizza Hut	
Scores	✓
St-Hubert	✓



Cora (2019)



Scores (2019)



Burger King (2019)

De telles pratiques ne sont pas nouvelles; au cours des dernières années, la Coalition Poids a observé de nombreux items promotionnels de la sorte, comme en témoignent ces images d'archives.



Archives de la Coalition Poids.
St-Hubert (2014)



Archives de la Coalition Poids.
Tim Hortons (2015)

Sites web

La publicité des repas pour enfants est présente sur les applications mobiles, les sites web et les jeux en ligne. En raison de cette promotion multi-plateforme, l'accès des publicitaires aux enfants est de plus en plus difficile à contrôler[8]. Sur leurs sites web, certains restaurants offrent des jeux pour enfant ou des dessins à imprimer et ont parfois recours à leurs personnages de marque pour promouvoir les repas pour enfants.

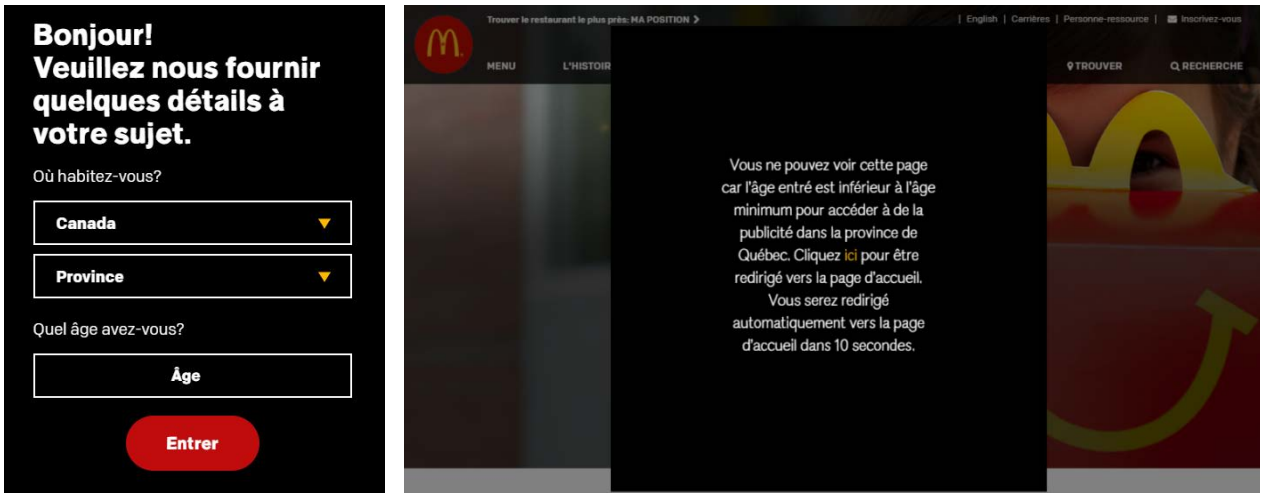
Dans le contexte québécois, puisque la loi empêche les entreprises de faire de la publicité aux enfants de moins de 13 ans, la Coalition Poids constate des pratiques de marketing différentes sur les sites Web des établissements de restauration. Par exemple, certains restaurants ayant une interface jeunesse sur leurs sites demandent l'âge et la province de résidence de l'usager qui souhaite y accéder. C'est le cas de **McDonald's** et de **Tim Hortons,** qui bloquent l'accès de la section jeunesse aux usagers déclarant avoir moins de 13 ans et habitant au Québec. Il est toutefois facile de contourner ce filtre en inscrivant un âge supérieur à 12 ans ou un lieu de résidence autre que le Québec.

Parmi les restaurants visités, plusieurs n'ont pas de sections destinées aux enfants, tant dans la version francophone qu'anglophone de leur site. Les restaurants suivants sont ceux où des pratiques publicitaires destinées aux enfants ont été observées. Toutefois, sur plusieurs des sites web, l'accès à la page du menu pour enfants n'est pas forcément mis en valeur et nécessite un certain temps de recherche.

McDonald's

En cliquant sur Menu à la page d'accueil, l'image du Joyeux festin est affichée et accessible pour un enfant. Cependant, avant d'accéder à la page, une fenêtre de contrôle apparaît tant sur le site en anglais qu'en français[ii]. À l'arrière de la fenêtre, il est possible d'apercevoir une petite fille cachée derrière son Joyeux festin.

[ii] Note : avant le dépôt de la demande d'action collective en 2016, il n'y avait pas de fenêtre de contrôle sur la version anglaise du site web.



McDonald's : saisie d'écran 3 mars 2019

Tim Hortons

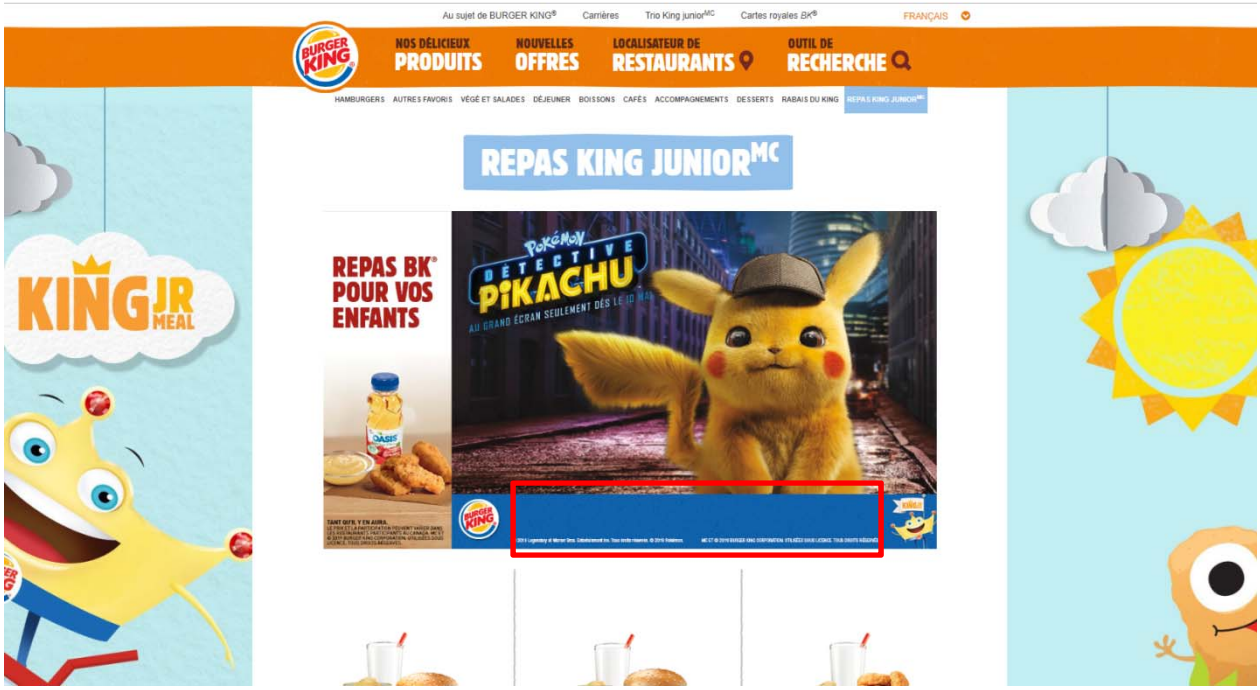
Le 3 mars 2019, dans la section Menu, il était possible d'avoir accès au *Timinis* pour enfant. La section était contrôlée en fonction de l'âge et la province. Depuis avril 2019, il n'est plus possible de consulter le menu pour enfants sur le site de Tim Hortons.



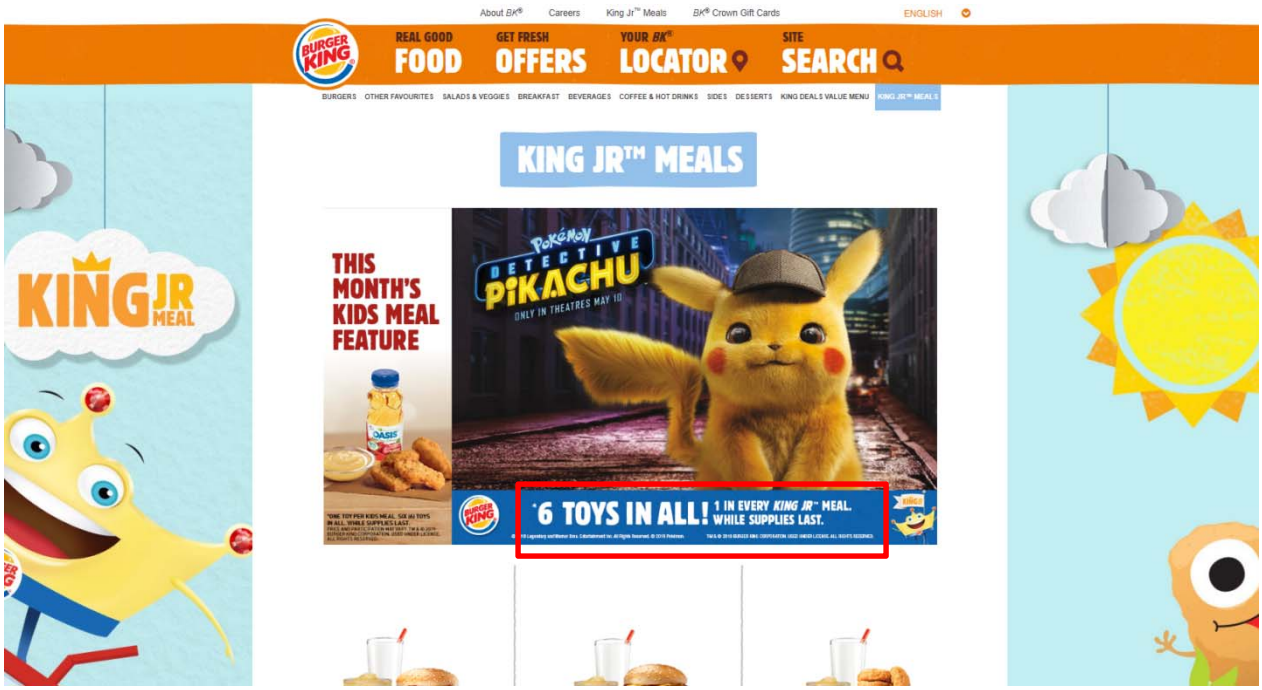
Tim Hortons : saisie d'écran 3 mars 2019

Burger King

Facile d'accès sur la page d'accueil, la section *Trio King Junior*[mc] *- menu pour enfants*, dirige l'enfant sur une page aux couleurs et dessins amusants avec la couronne King (personnage de marque). Le menu est précédé d'une **promotion croisée avec le film** « Pokémon Détective Pikachu ». Le site ne possède aucun filtre pour l'âge. Toutefois, contrairement à la version anglaise du site Web, la **version française ne fait pas** la promotion des 6 jouets à collectionner à l'achat du repas Junior.



Burger King : saisie d'écran 26 avril 2019 VERSION FRANÇAISE



Burger King : saisie d'écran 26 avril 2019 VERSION ANGLAISE

St-Hubert

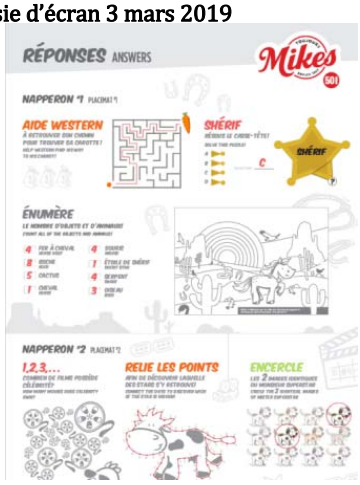
Le menu pour enfant est facilement accessible depuis l'accueil, mais la page qui présente les repas offerts n'est pas attrayante pour un enfant. Dans la section Promotion du site web, «**Les Mardis des Champions** » sont néanmoins mis en valeur en utilisant un des personnages enregistrés du restaurant et en y présentant un repas d'enfant dans une petite voiture décorée des logos du commerce.



St-Hubert : saisie d'écran 3 mars 2019

Mikes

Ce restaurant familial met en ligne son **cahier-réponse** du mini-menu (complété en salle à manger par les enfants) sur son site web. Celui-ci se retrouve dans la section du menu pour enfants et nécessite quelques étapes avant d'y arriver, comme la saisie de son code postal pour identifier le restaurant le plus près de chez soi.



Mikes : saisie d'écran 3 mars 2019

Boston Pizza

Dans le menu de pied de page du site de Boston Pizza, en anglais comme en français, se trouve une section Enfants. Celle-ci fait la promotion d'une carte de repas pour enfants avec la mascotte du restaurant. De plus, le site propose plusieurs coloriages à télécharger.





Boston Pizza : saisie d'écran 3 mars 2019

Toujours dans cette section, il est possible de consulter différents programmes du restaurant offert par Boston Pizza pour les écoles.

À la page d'accueil, dans la section Menu, le lien Enfants dirige vers une page du menu pour les tout-petits avec la photo d'un très jeune enfant jouant avec deux pepperonis.



Boston Pizza : saisie d'écran 3 mars 2019

Poulet Frit Kentucky

Le 3 mars 2019, une **publicité vidéo** *T'as le goût de PFK?* sur le site web du restaurant mettait en scène des enfants d'âge scolaire envieux d'un couple mangeant du PFK dans la voiture qui suit leur autobus. Cette publicité était destinée à un public francophone sans filtre d'âge. Le 15 avril, la publicité a disparu du site et a été remplacée par une nouvelle publicité impliquant uniquement des adultes. À l'exception des vidéos. Le site web francophone et anglophone de PFK est identique. Plusieurs vidéos anglophones de PFK mettent des enfants en scène.



Poulet Frit Kentucky : saisie d'écran 3 mars 2019

Scores

À la page d'accueil, il est facile d'accéder aux repas pour enfants en passant par le Menu. Scores propose certaines options dans une boîte-repas en forme de poule, le personnage de marque du restaurant.



Conclusion

Attirer les enfants est une pratique lucrative pour les restaurateurs. D'ailleurs, l'organisme Restaurant Canada n'hésite pas à en faire la promotion auprès de ses membres, comme en témoigne l'extrait suivant d'un billet de blogue intitulé « Eight ways to make your restaurant kid friendly »[9].

> Kids are some of your most loyal customers and are often the ones who make the decision of where and what the family will eat that night, so it's time to start marketing to your pint-sized customers as well. Here are a few easy-to-follow suggestions on how you can get those families into your restaurant tonight!

Selon les observations de la Coalition Poids, d'une chaîne de restaurant et d'un établissement à l'autre, l'intensité des pratiques de marketing diffère. Les stratégies publicitaires employées se distinguent également selon le type de restaurants

Alors que des jouets promotionnels à collectionner accompagnent la majorité des repas pour enfants dans les restaurants rapides, ce sont des napperons ludiques ou des cahiers d'activités qui sont privilégiés dans les restaurants familiaux.

De plus, dans les restaurants rapides, on remarque davantage de publicité sur l'emballage du repas et des aliments ainsi qu'une promotion plus intensive à l'intérieur de l'établissement (ex : présentoir de jouets, affichage). Les restaurants McDonald's se distinguent des autres restaurants rapides par la multiplication des stratégies publicitaires employées.

Dans les restaurants familiaux, les restaurants St-Hubert et Boston Pizza semblent avoir les pratiques de marketing les plus importantes, utilisant une combinaison de stratégies (ex. : personnages de marque, menus ludique accompagné d'activités, affichage promotionnel, salle de jeu, présentoir, etc.). De façon générale, la présentation du menu dans les restaurants familiaux est plus divertissant que dans les restaurants rapides, le contexte du restaurant s'y prêtant sans doute mieux.

Le placement de produits alimentaires de marques spécifiques est une pratique récurrente dans plusieurs restaurants. Certaines bannières font aussi du placement de leurs propres produits sur les emballages des aliments ou sur les jouets. De plus, plusieurs restaurants ont créé des personnages de marque qui interpellent les enfants et qui se retrouvent sur les emballages, les menus, les affiches, les sites web ou encore les objets promotionnels.

En somme, il est fréquent d'observer des stratégies de marketing ciblant les enfants de différentes manières et à divers endroits dans les restaurants rapides et familiaux du Québec. Bien que la plupart des pratiques illustrées respectent les termes de la loi, elles peuvent néanmoins être remises en questions sur les plans éthique ou environnemental.

Références

[1] Cornwell B.,McAlister A., (2010). Children's Brand Symbolism Understanding : Links to Theory of Mind and Executive Functioning, *Psychology & Marketing*, Vol. 27 (3) : 203-228.

[2] Sturm R. (2008) Disparities in the food environment surrounding US middle and high schools. *Public Health* ; 122(7): 681-690.

[3] Statistique Canada. Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 2012. Restaurants à service complet. Repéré le 3 mars 2019 au http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD_f.pl?Function=getVD&TVD=118464&CVD=118468&CPV=72251&CST=01012012&CLV=4&MLV=5&D=1

[4] Roberto, C.A., Baik, J., Harris, J.L. & Brownell,KD. (2010). Influence of Licensed Characters on Children's Taste and Snack Preferences, *Pediatrics*, 126(1),: 88-93. Repéré le 8 juillet 2011 au http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2010/06/21/peds.2009-3433.full.pdf+html.

[5] Lapierre, M.A., Vaala, S.A. & Linebarger, D.L. (2011), Influence of Licensed Spokes characters and Health Cues on Children's Ratings of Cereal Taste, *Arch. Pediatr. Adoles0c. Med., 165(3)*, 229-234.

[6] Robinson, T.N., Borzekowski, D.L.G, Matheson, D.M. & Kraemer,H.C.(2007). Effects of Fast Food Branding on Young Children's Taste Preferences. *Arch Pediatr Adolesc Med, 161(8),*792-797.

[7] Cours supérieure du Québec. Registre des actions collectives. Aperçu de la demande d'action collective 500-06-000824-165. Repéré le 26 avril 2019 au https://www.registredesactionscollectives.quebec/fr/Consulter/ApercuDemande?NoDossier=500-06-000824-165

[8] Yale Rudd Center for Food Policy & Obesity (2013). Measuring Progress in Nutrition and Marketing to Children and Teens. Fast Food FACTS 2013: Measuring Progress in Nutrition and Marketing to Children and *Teens. Repéré le 21 avril 2015 au http://fastfoodmarketing.org/media/FastFoodFACTS_Report.pdf.*

[9] Restaurants Canada (14 janvier 2016). Eight ways to make your restaurant kid-friendly. Repéré le 27 avril 2019 au https://blog.restaurantscanada.org/index.php/2016/01/14/eight-ways-to-make-your-restaurant-kid-friendly/.

Tous droits réservés.
Coalition québécoise sur la problématique du poids, 2019.

Annexe



Safaris-photos des restaurants rapides et familiaux.

Collecte de données réalisée au Québec :

- dans 20 restaurants populaires ;
- entre février et avril 2019.

Restaurants rapides

Définition : le client commande et paye avant de manger.

Parmi les restaurants rapides visités, 4 n'offraient pas de menus pour enfants en succursale :

- **PFK**
- **Domino's**
- **Valentine**
- **La Belle Province**























Restaurants rapides : apparence du menu pour enfants

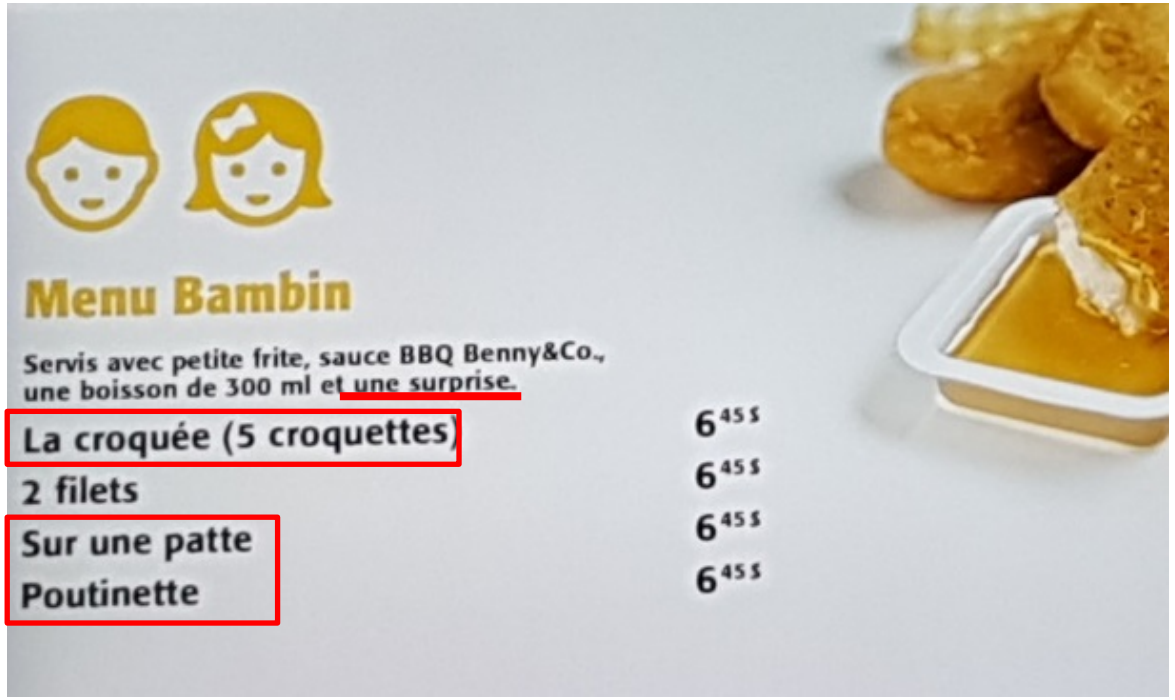
Restaurants	Nom du menu pour enfants	Intérieur (commande au comptoir)						Extérieur (service au volant)
		Polices enfantines	Noms de plats amusants	Couleurs ou dessins enfantins	Promotion de l'emballage repas	Promotion du jouet	Placement de produits alimentaires	Présentation attrayante du menu pour enfant
A&W	**Menu pour enfants**		✓	✓				
Benny & Co.	**Menu Bambin**		✓	✓		«Surprise» inscrit sur le menu		
Burger King	**Repas King junior**			✓		«Jouet» inscrit sur le menu		✓
Harvey's	**Trios pour enfants**	✓				«Cahier d'activités» inscrit sur le menu	✓	
McDonald's	**Joyeux festin**				✓	Présentoirs dans l'aire de commande	✓	
Subway	**Trio pour enfants**					Affiche à la caisse	✓	N/A
Tim Hortons	**Boîte timinis**	✓	✓	✓	✓			

Apparence du menu pour enfants

A&W



Benny&Co.



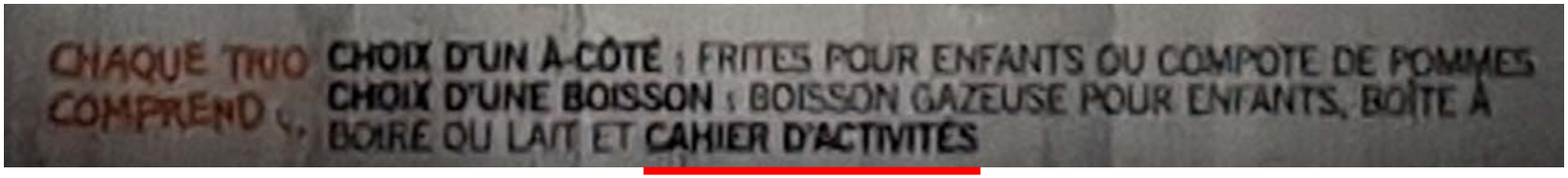
Apparence du menu pour enfants

Harvey's



Subway





Apparence du menu pour enfants

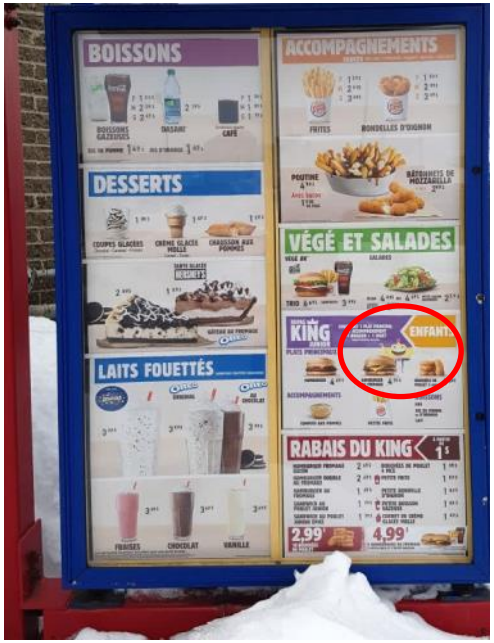
Tim Hortons





Burger King

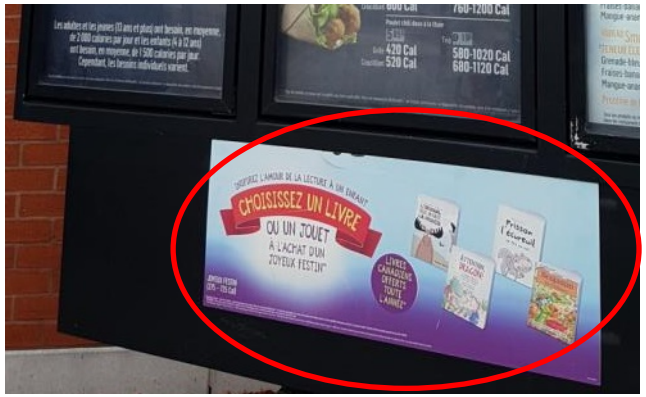




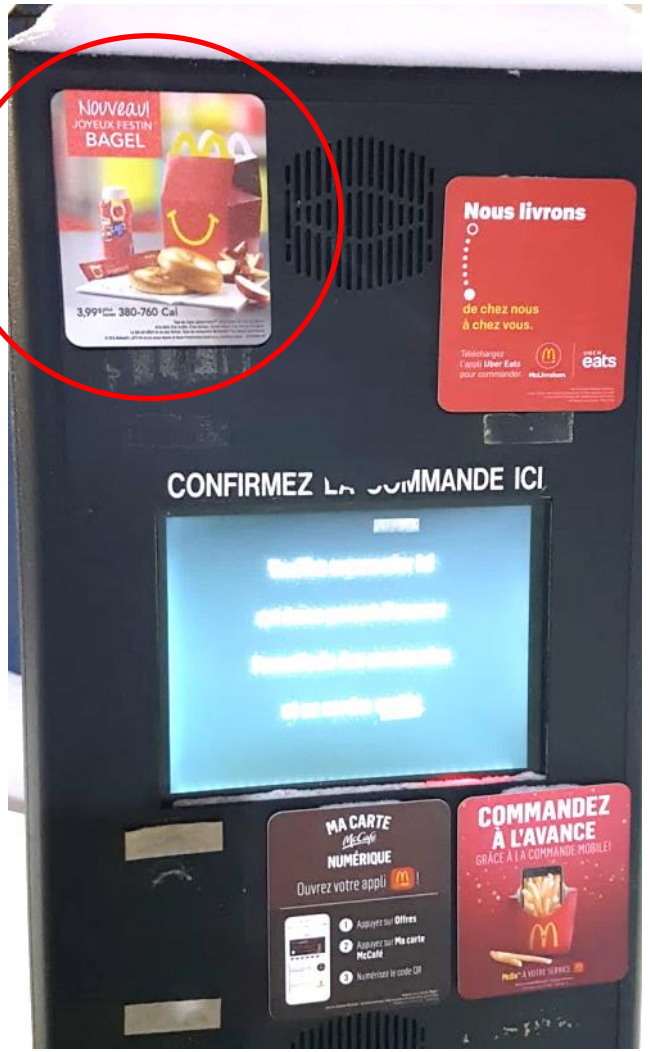
Apparence du menu pour enfants

McDonald's









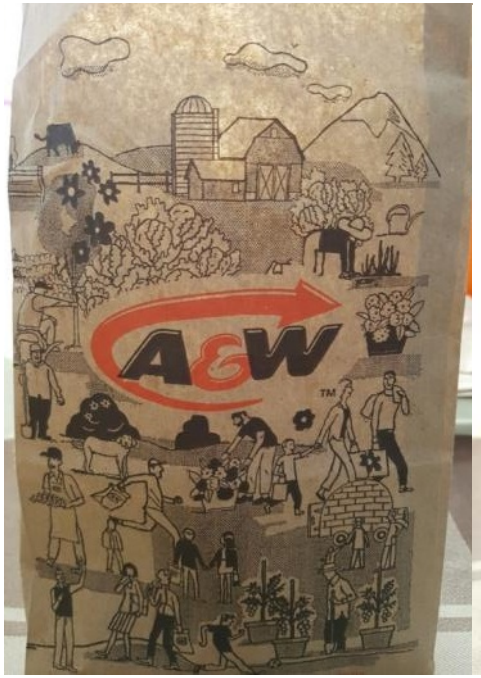
Restaurants rapides : présentation du repas

Restaurants	Emballage du repas (ex.: sac ou boîte)					Emballage des aliments			Remise de jouet	Personnages enregistré ou marque sur le jouet
	Repas dans un emballage ludique	L'enfant peut jouer avec l'emballage	Présence de la marque sur l'emballage	Personnage enregistré sur l'emballage	Placement de produits alimentaires	Présence de la marque sur l'emballage	Emballage enfantin	Personnage enregistré sur l'emballage		
A&W	✓		✓		✓	✓		✓		
Benny & Co.	✓	✓	✓	✓					✓	
Burger King	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓
Harvey's			✓			✓			✓	✓
McDonald's	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Subway			✓			✓			✓	✓
Tim Hortons	✓		✓			✓			✓	✓

Présentation du repas

A&W







Présentation du repas

A&W







Présentation du repas

Benny & Co.





Présentation du repas

Benny & Co.









Présentation du repas

Burger King





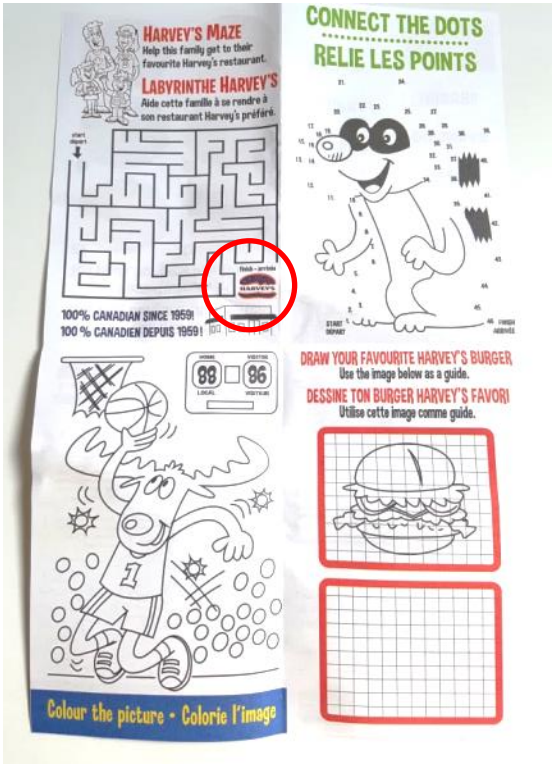




Présentation du repas

Harvey's











Présentation du repas

McDonald's





Présentation du repas

McDonald's









Présentation du repas

McDonald's















Présentation du repas

McDonald’s





Présentation du repas

Subway





Présentation du repas

Tim Hortons





Présentation du repas

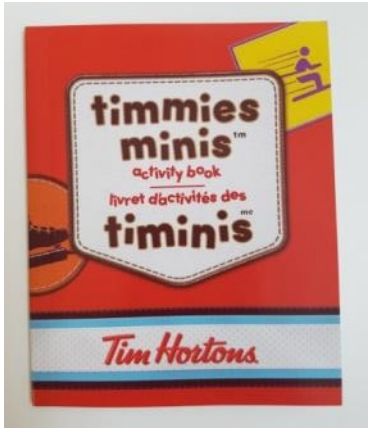
Tim Hortons













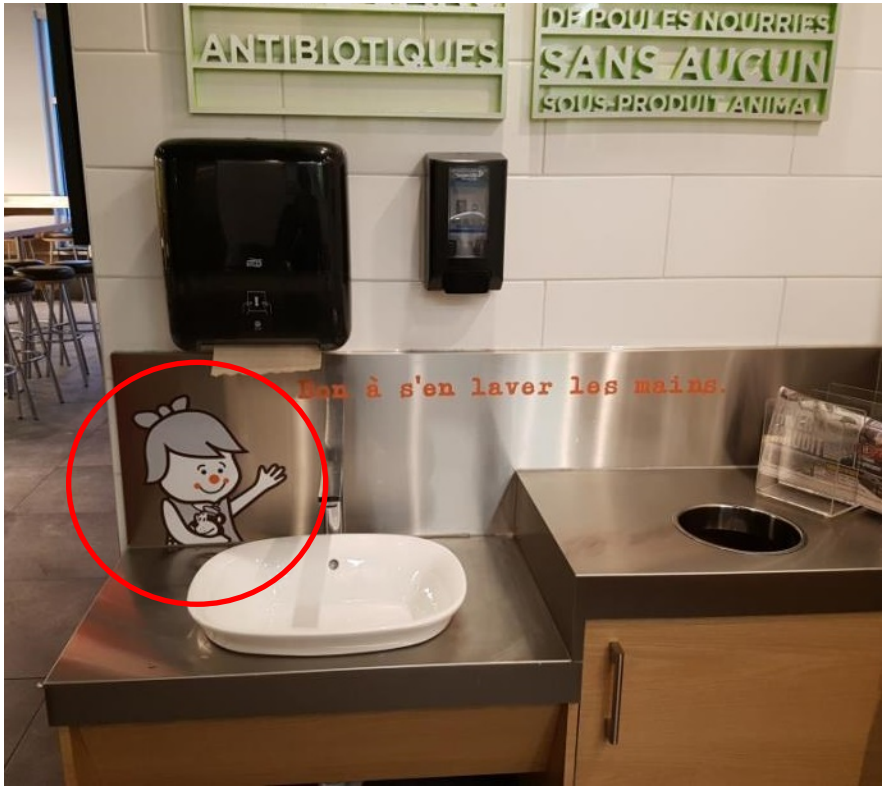


Restaurants rapides : promotion à l'intérieur

Restaurants	Affichage de personnages enregistrés	Affiches publicitaires destinées aux enfants	Présentoir de jouets	Placement de produit alimentaire	Salle de jeux	Autres stratégies
A&W	✓					
Benny & Co.	✓				*offert dans certaines succursales à vocation restaurant familiale	
Burger King					✓	
Harvey's						
McDonald's		✓	✓	✓	✓	✓
Subway		✓		✓		
Tim Hortons						

Promotion à l'intérieur

A&W





Promotion à l’intérieur

Benny & Co.



Promotion à l’intérieur

Burger King







Promotion à l’intérieur

McDonald’s





Promotion à l’intérieur

McDonald’s





Promotion à l’intérieur

McDonald’s





Promotion à l’intérieur

McDonald’s



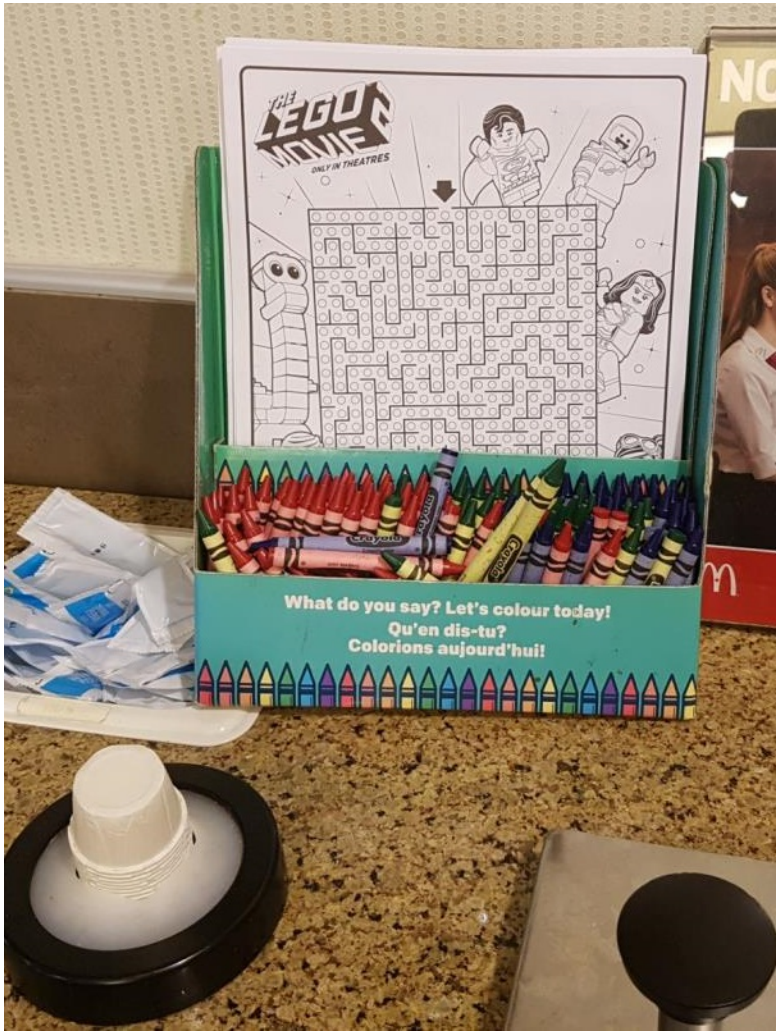




Promotion à l’intérieur

McDonald’s





Promotion à l'intérieur

Subway





Promotion à l'intérieur

Subway



Restaurants familiaux

Définition : restaurants à service complet

Parmi les restaurants familiaux visités tous offraient un menu pour enfants.



















Restaurants familiaux : apparence du menu pour enfants

Restaurants	Menu					Coloriage et activités				Placement de produits alimentaires
	Police enfantine	Couleurs ou dessins enfantins	Présence de personnages de marque	Noms de plats amusants	Plat servi dans un emballage-jouet	Jeux ou coloriages intégrés au menu	Napperon jeu	Cahier d'activités remis séparément	Présence de personnages de marque ou de logos	
Boston Pizza	✓	✓	✓	✓				✓		✓
La Cage aux Sports						✓			✓	
Cora	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓
Mikes	✓	✓	✓	✓			✓		✓	
Normandin	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓
Pacini	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓
Pizza Hut				✓						
Scores	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	
St-Hubert	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓

Apparence du menu

Boston Pizza



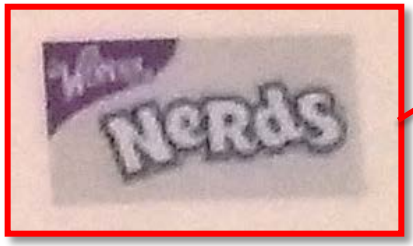










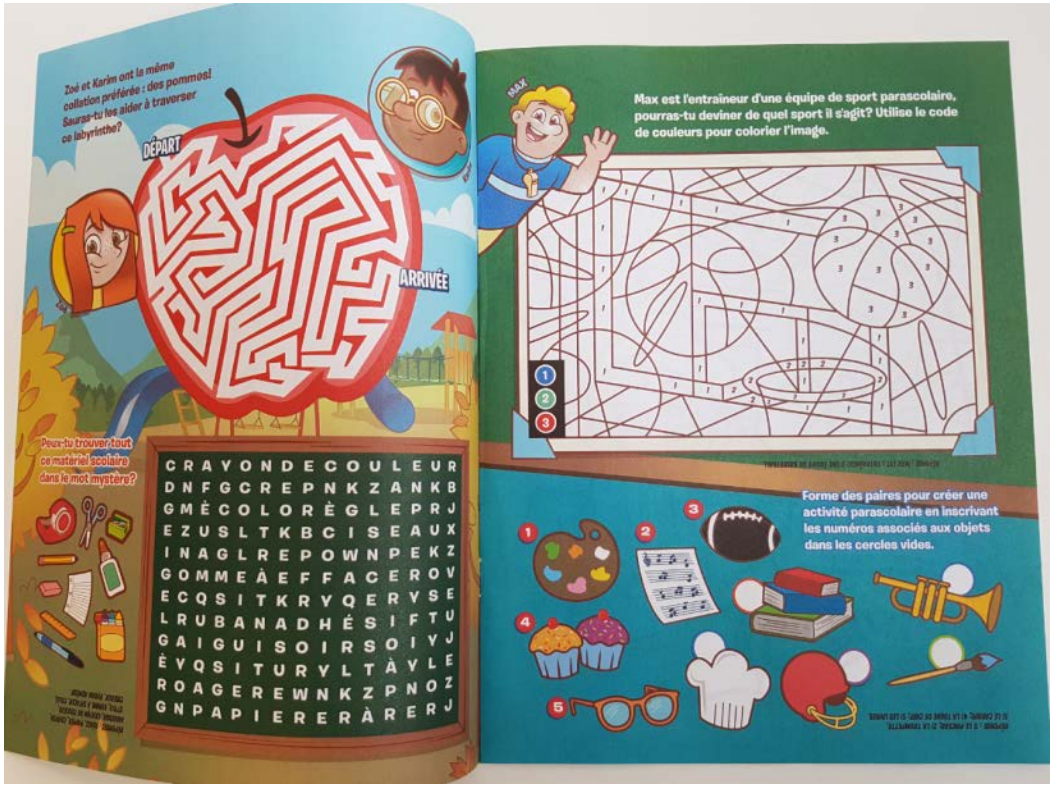


Cahier d’activités

Boston Pizza







Apparence du menu

La Cage aux Sports





POUR LES PLUS PETITS APPÉTITS | FOR SMALL APPETITES

Les repas du menu enfant incluent une boisson à volonté et un dessert.
Kids' menu items include a bottomless soft drink and dessert.

FILET DE SAUMON RÔTI
ROASTED SALMON FILLET

Servi avec brocoli et riz basmati
Served with broccoli and basmati rice – 9

SPAGHETTI BOLOGNAISE
SPAGHETTI BOLOGNESE

Sauce maison au bœuf et à la chair de saucisse
House beef and sausage meat sauce – 8.50

PIZZA

Effiloché de poulet, poivron, mélange de cheddar et de mozzarella sur une focaccia au romarin
Pulled chicken, peppers and a blend of cheddar and mozzarella cheese on rosemary focaccia bread – 7.75

***MAC & CHEESE* AU BACON**
BACON MAC & CHEESE

Tortiglioni, bacon, fromage Cantonnier, mozzarella, cheddar fort, oignons verts, parmesan et chapelure panko
Tortiglioni, bacon, Cantonnier cheese, mozzarella, old cheddar, green onions, Parmesan cheese and panko crumbs – 8

BOUCHÉES DE POULET
CHICKEN BITES

Bouchées de poitrine de poulet (5), servies avec frites
Chicken breast bites (5), served with fries – 8.50

MINI-BURGERS

Galette de bœuf 100 % canadien, bacon, cheddar, tomate, laitue, sauce maison, servis avec frites
100% Canadian beef patty, bacon, cheddar, tomatoes, lettuce and house sauce, served with fries – 8.75

MÉLI-MÉLO
THE SLAM!

Saucisses en pâte (2), ailes Buffalo (2), bouchées de poulet (2), servi avec frites
Franks in a crispy crust (2), Buffalo wings (2) and chicken bites (2), served with fries – 7.75

Autres choix d'accompagnement offerts | Other side dishes available

BOISSONS | DRINKS

Lait | Milk
Lait au chocolat | Chocolate milk
Jus d'orange ou de pomme
Orange or apple juice
Limonade | Lemonade
Thé glacé | Iced tea
Boissons gazeuses
Soft drinks

DESSERTS

Mini coupe glacée M&M's®
Mini M&M's® sundae
Mr. Freeze®

Apparence du menu

La Cage aux Sports





Apparence du menu

Cora







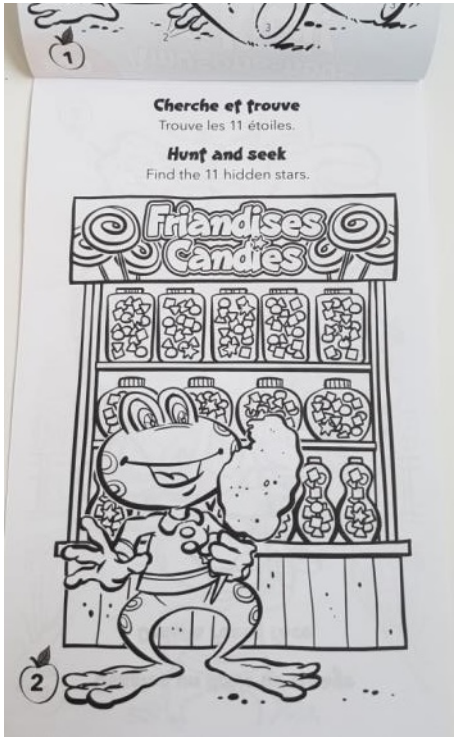


Cahier d’activités

Cora









Apparence du menu

Mikes





ON DIT « CHEESE »

MACARONI SOURIRE

LASAGNE DE MAMIE

Apparence du menu

Normandin









Napperon jeu

Normandin

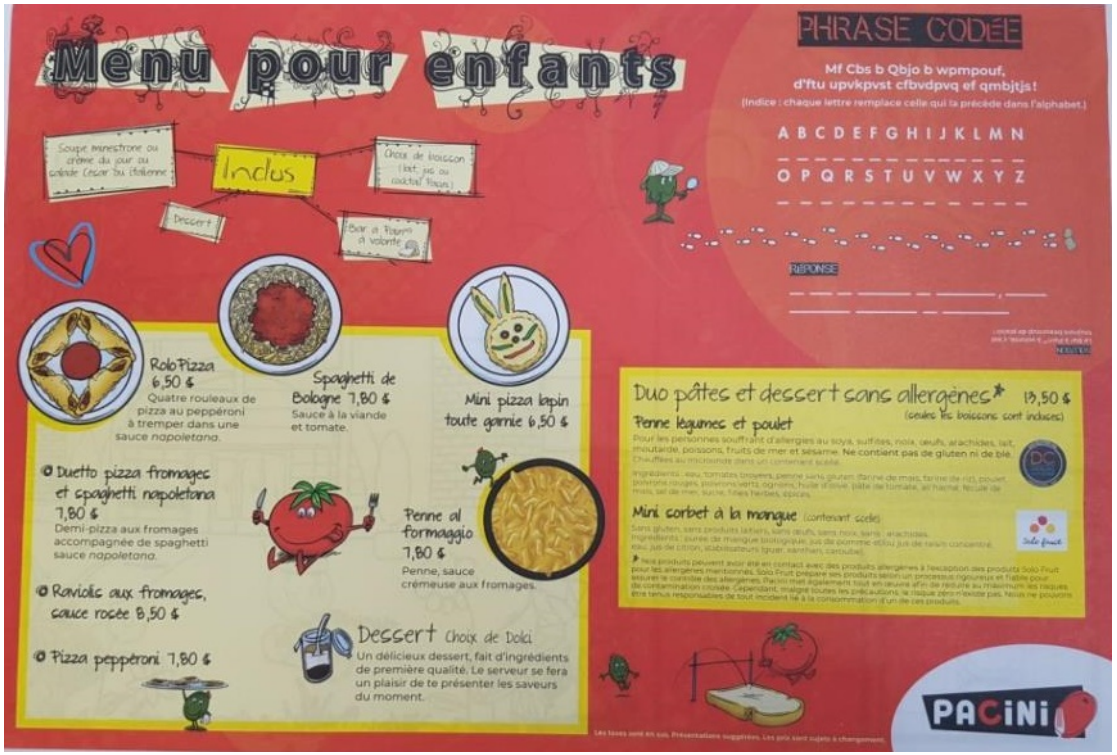




Présentation du menu

Pacini



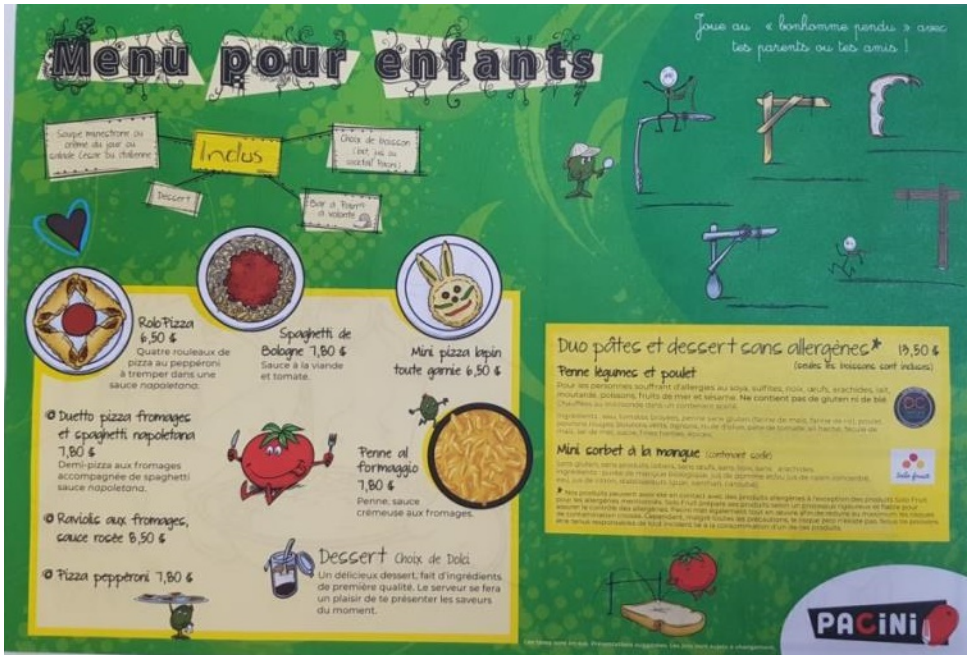


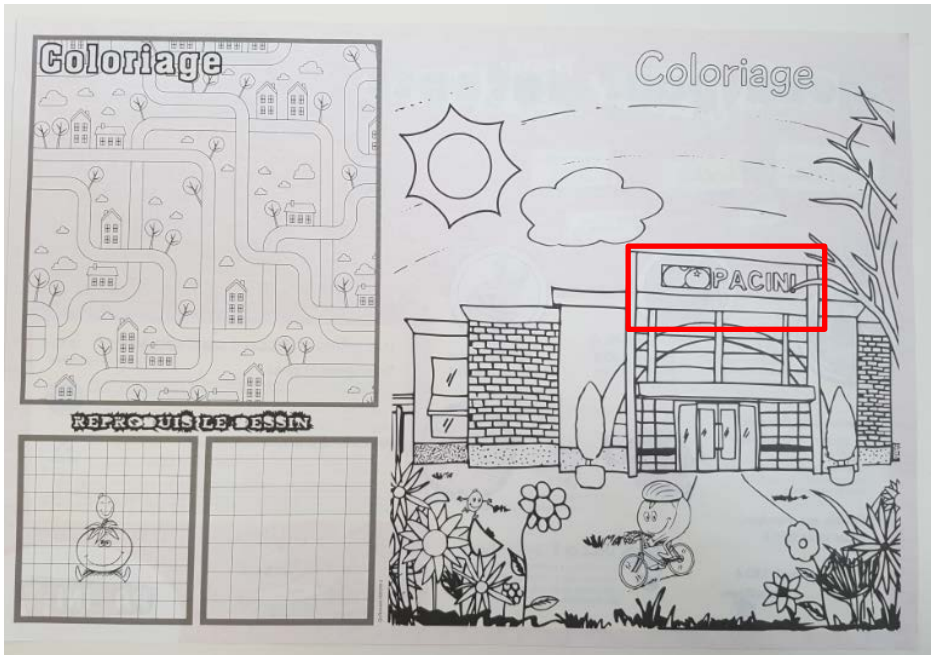




Napperon jeu

Pacini

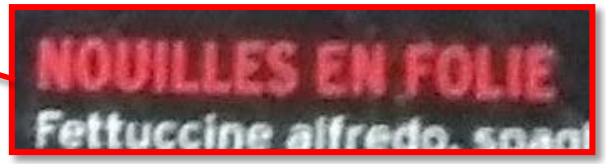




Apparence du menu

Pizza Hut





Apparence du menu

Scores







Apparence du menu

Scores



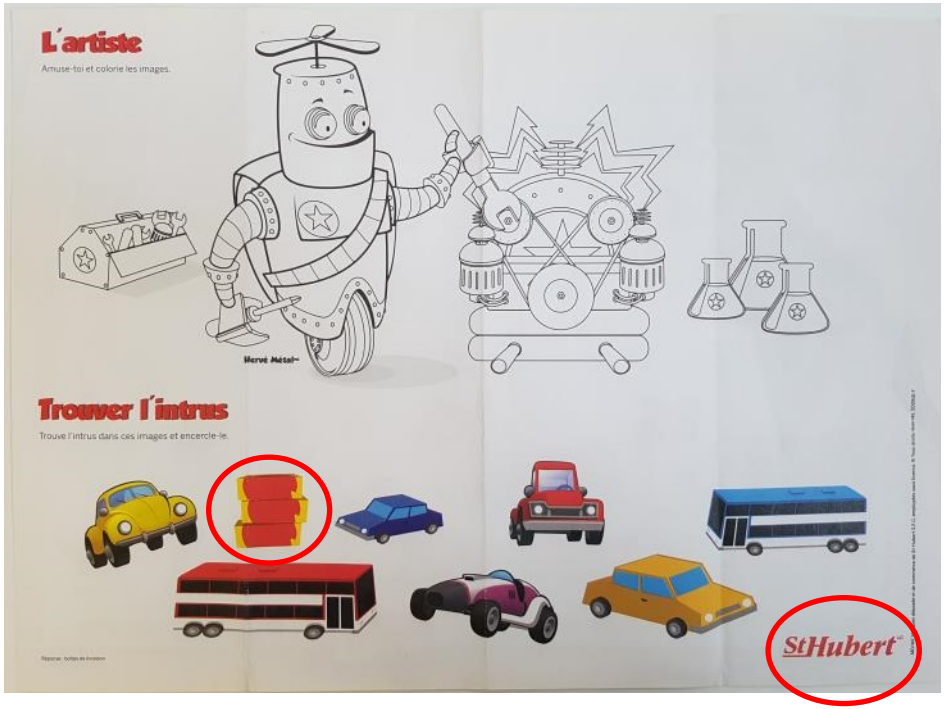




Apparence du menu

St-Hubert





Présentation du repas

St-Hubert





Restaurants familiaux : promotion à l'intérieur

Restaurants	Affichage de personnages enregistrés	Affiches publicitaires destinées aux enfants	Passe-tête	Salle de jeux
Boston Pizza		✓	✓	
La Cage aux Sports				
Cora	✓			
Mikes				
Normandin				
Pacini				
Pizza Hut		✓		
Scores				
St-Hubert	✓			✓

Promotion à l'intérieur

Boston Pizza





Promotion à l’extérieur

Boston Pizza



Promotion à l'intérieur

Cora





Promotion à l'intérieur

Pizza Hut





Promotion à l’intérieur

St-Hubert





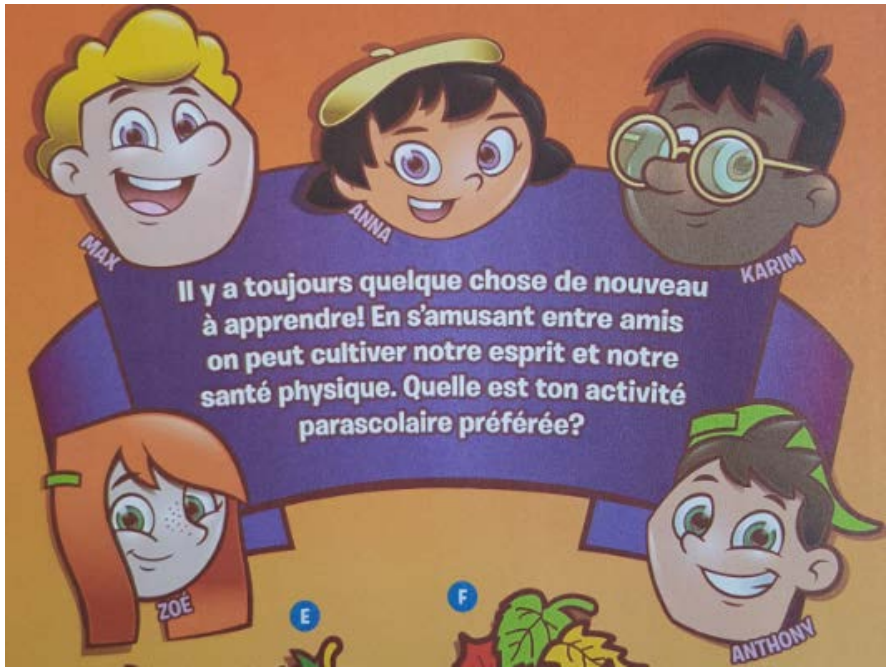
Restaurants rapides et familiaux : personnages de marque

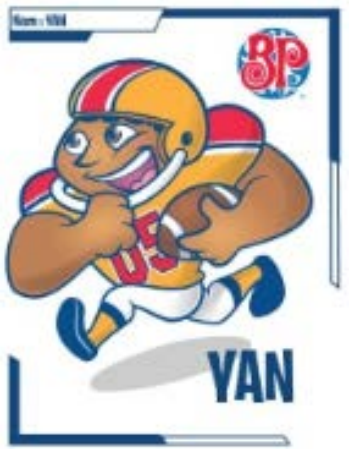
Restaurants familiaux	Personnages de marque
Boston Pizza	✓
La Cage aux Sports	
Cora	✓
Mikes	
Normandin	✓
Pacini	✓
Pizza Hut	
Scores	✓
St-Hubert	✓

Restaurants rapides	Personnages de marque
A&W	✓
Benny&Co.	✓
Burger King	✓
Harvey's	
McDonald's	✓
Subway	
Tim Hortons	

Personnages de marque

Boston Pizza











Personnages de marque

Cora







Personnages de marque

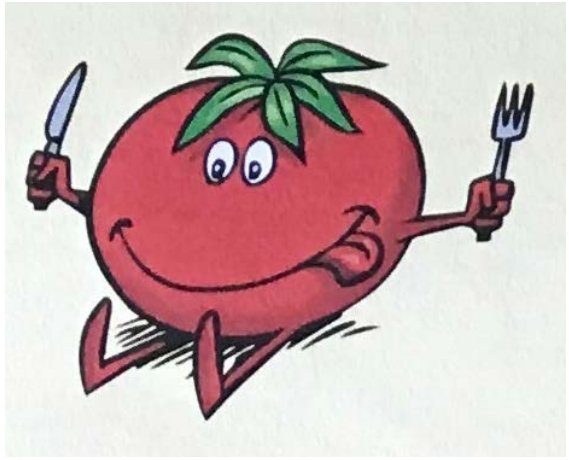
Normandin

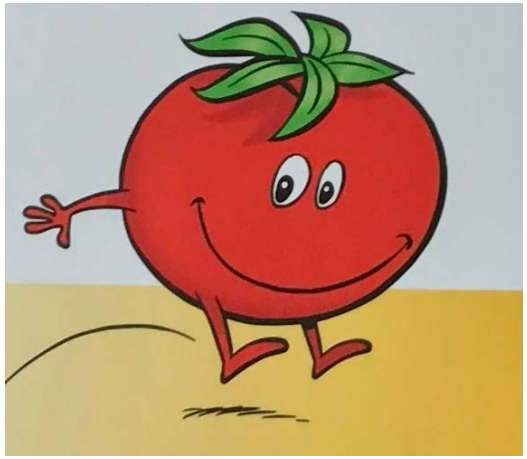


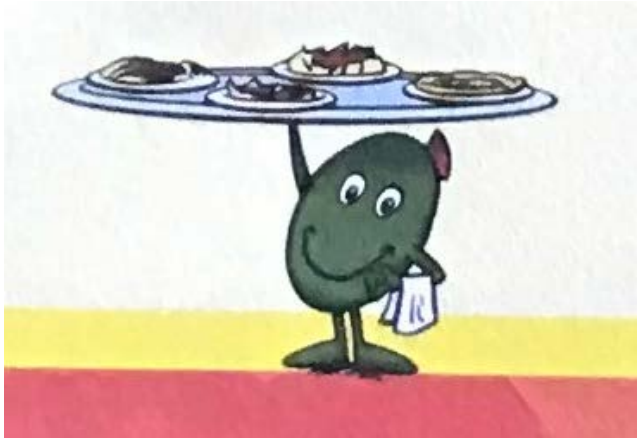
Personnages de marque

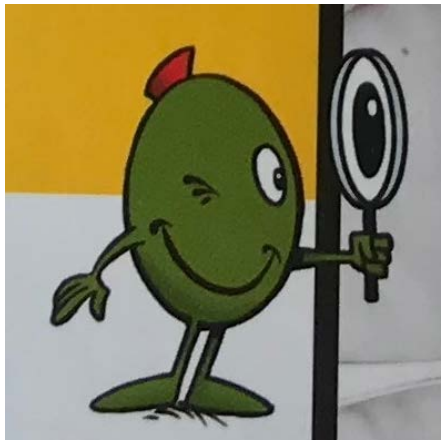
Pacini











Personnages de marque

Scores

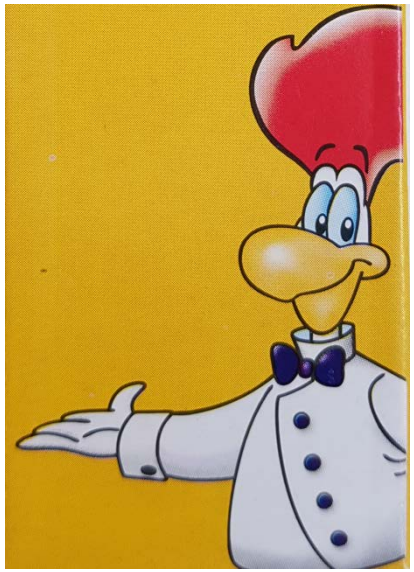


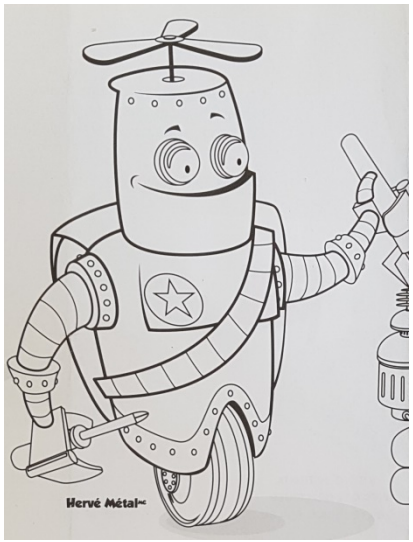


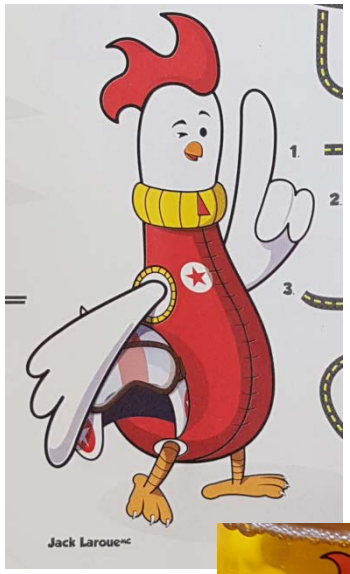


Personnages de marque

St-Hubert













Personnages de marque

A&W





Personnages de marque

Benny & Co.





Personnages de marque

Burger King





Personnages de marque

McDonald’s







Références

[1] Cornwell B.,McAlister A., (2010). Children's Brand Symbolism Understanding : Links to Theory of Mind and Executive Functioning, *Psychology & Marketing*, Vol. 27 (3) : 203-228.

[2] Sturm R. (2008) Disparities in the food environment surrounding US middle and high schools. *Public Health* ; 122(7): 681-690.

[3] Statistique Canada. Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 2012. Restaurants à service complet. Repéré le 3 mars 2019 au http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD_f.pl?Function=getVD&TVD=118464&CVD=118468&CPV=72251&CST=01012012&CLV=4&MLV=5&D=1

[4] Roberto, C.A., Baik, J., Harris, J.L. & Brownell,KD. (2010). Influence of Licensed Characters on Children's Taste and Snack Preferences, *Pediatrics*, 126(1),: 88-93. Repéré le 8 juillet 2011 au http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2010/06/21/peds.2009-3433.full.pdf+html.

[5] Lapierre, M.A., Vaala, S.A. & Linebarger, D.L. (2011), Influence of Licensed Spokes characters and Health Cues on Children's Ratings of Cereal Taste, *Arch. Pediatr. Adolesc. Med., 165(3)*, 229-234.

[6] Robinson, T.N., Borzekowski, D.L.G, Matheson, D.M. & Kraemer,H.C.(2007). Effects of Fast Food Branding on Young Children's Taste Preferences. *Arch Pediatr Adolesc Med, 161(8),*792-797.

[7] Cours supérieure du Québec. Registre des actions collectives. Aperçu de la demande d'action collective 500-06-000824-165. Repéré le 26 avril 2019 au https://www.registredesactionscollectives.quebec/fr/Consulter/ApercuDemande?NoDossier=500-06-000824-165

[8] Yale Rudd Center for Food Policy & Obesity (2013). Measuring Progress in Nutrition and Marketing to Children and Teens. Fast Food FACTS 2013: Measuring Progress in Nutrition and Marketing to Children and *Teens. Repéré le 21 avril 2015 au http://fastfoodmarketing.org/media/FastFoodFACTS_Report.pdf.*

[9] Restaurants Canada (14 janvier 2016). Eight ways to make your restaurant kid-friendly. Repéré le 27 avril 2019 au https://blog.restaurantscanada.org/index.php/2016/01/14/eight-ways-to-make-your-restaurant-kid-friendly/.

Tous droits réservés.
Coalition québécoise sur la problématique du poids, 2019.