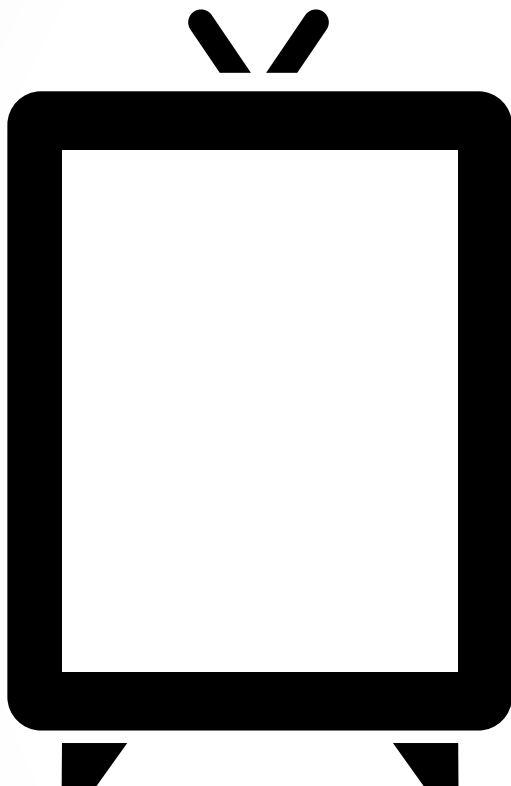


# Résultats

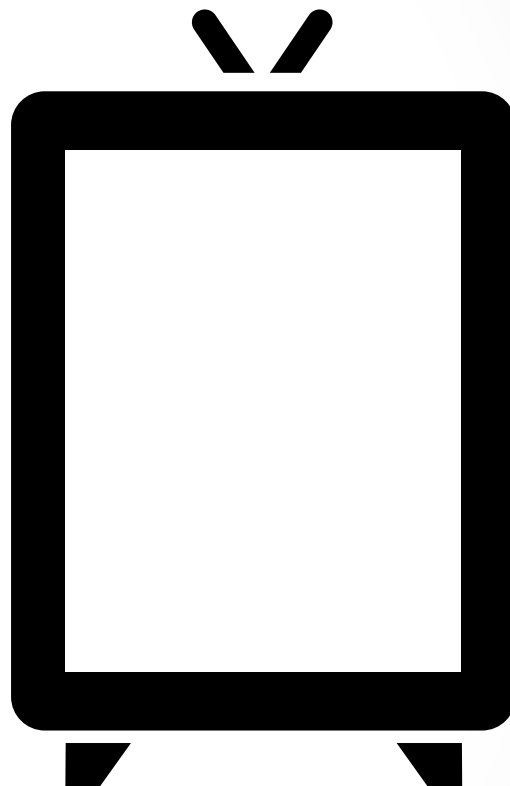
Ma publicité **CŒUR D'OR**  
(pointage le plus élevé) :

J'explique mon choix...



Ma publicité **CŒUR DE PIERRE**  
(pointage le plus bas) :

J'explique mon choix...



Merci d'avoir participé aux Prix du cœur de la publicité. Continue d'être critique face à la publicité. Visite ton **Espace Jeunes** au [www.prixducoeurdelapub.com](http://www.prixducoeurdelapub.com) et la page Facebook afin de garder ton réflexe critique! Envoie-nous une publicité que tu aimes particulièrement et une que tu détestes! Ou encore, crée la parodie d'une publicité et envoie-nous la vidéo!

Le concours  
des Prix du cœur de la publicité  
est rendu possible grâce  
à la collaboration des associations  
de consommateurs du Québec.



Office  
de la protection  
du consommateur  
Québec



## Guide pour les jeunes

L'association de consommateurs de votre région vous invite à participer au concours les Prix du cœur de la publicité. En collaboration avec l'ACEF Rive-Sud de Québec, Centraide Québec et Chaudière-Appalaches et l'Office de la protection du consommateur; ces prix visent à sensibiliser la population, et plus spécifiquement les jeunes, à une consommation responsable.

Après avoir visionné les publicités avec ton groupe ou ta classe, détermine ensuite quelles sont, selon toi et à partir des critères énumérés, les publicités « Cœur d'or » et « Cœur de pierre » de la 9<sup>e</sup> édition des Prix du cœur de la publicité.

Visionnez. Analysez. Votez.



[www.prixducoeurdelapub.com](http://www.prixducoeurdelapub.com)

# Publicités «Cœur de pierre» et «Cœur d'or»

Utilise le gradateur ci-dessous pour t'aider à déterminer ta pub Cœur de pierre et ta pub Cœur d'or.

1 étant une publicité qui répond entièrement aux critères Cœur de pierre et 10 étant une publicité qui répond entièrement aux critères Cœur d'or.

Publicité  
« Cœur de pierre »

Publicité  
« Cœur d'or »

## Critères d'analyse

1. Cette publicité t'incite à t'endetter et/ou à avoir recours au crédit.
2. Cette publicité te laisse croire que l'achat du bien ou du service annoncé t'apportera la réussite sociale, l'acceptation de tes pairs et la sécurité.
3. Cette publicité présente des valeurs sociales négatives.
4. Cette publicité sollicite le public de façon irresponsable et insouciante.
5. Cette publicité transmet un message vide camouflé par l'humour.
6. Cette publicité t'incite à adopter des habitudes de vie néfastes pour ta santé.

Zantac	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Zantac
Familiprix	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Familiprix
A&W	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	A&W
IGA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	IGA
Skittles	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Skittles
Clearasil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Clearasil
PFK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PFK
Superclub Vidéotron	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Superclub Vidéotron

## Critères d'analyse

1. Cette publicité t'incite à consommer de manière responsable
2. Cette publicité véhicule des qualités humaines comme la générosité, la justice et l'entraide.
3. Cette publicité transmet des valeurs de respect.
4. Cette publicité te suggère d'être prudent en matière de consommation et d'endettement.
5. Cette publicité annonce un produit ou un service en sollicitant le téléspectateur de façon responsable.
6. Cette publicité t'encourage à adopter de saines habitudes de vie.