

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Fin de l'entente entre les Jeux Olympiques et McDonald's
La Coalition Poids félicite la fin d'une association
incohérente et pernicieuse entre sport et malbouffe

Montréal, le 16 juin 2017 – Suite à l'annonce de la cessation du partenariat entre les Jeux Olympiques et McDonald's, la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) se réjouit de cette dissociation entre le sport et de la malbouffe, qui contribuera à un message plus cohérent et positif pour la santé.

Le marketing alimentaire de la malbouffe est considéré comme l'une des principales causes de l'épidémie d'obésité et son association pernicieuse avec le sport contribue au problème. « Le logo olympique est très prisé par les géants de l'industrie de la malbouffe, qui profitent des valeurs véhiculées par cet événement pour redorer leur image. En plus de renforcer le lien affectif avec la malbouffe, cette stratégie de marketing offre à ces produits une aura plus santé liée au style de vie des athlètes », explique Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids.

Les Jeux olympiques sont aussi associés à Coca-Cola à titre de partenaire international. Plus localement, l'équipe olympique canadienne compte parmi ses « supporteurs officiels » *General Mills, Cadbury* et *Christie*. Plusieurs marques de biscuits (Oreo, Ritz, Feuille d'érable) et de céréales sucrées (Lucky Charms, Reese Puff, Cheerios au chocolat) ayant une faible valeur nutritive ont alors profité d'emballages attrayants, qui réfèrent aux performances olympiques, et d'un placement de choix dans plusieurs commerces. « Nous espérons qu'il s'agit d'un précédent qui va inciter l'équipe olympique canadienne à choisir des commanditaires plus compatibles avec les principes fondamentaux de l'olympisme, dont l'éducation par le bon exemple et la responsabilité sociale », plaide Corinne Voyer.

De plus, un sondage mené par la Coalition Poids, en février 2016, révèle que 56 % des Québécois sont en désaccord avec la commandite du sport récréatif pour les moins de 12 ans par des chaînes de restauration rapide. Pourtant, cela demeure répandu. « L'épidémie d'obésité est un problème grave d'envergure mondiale. L'ensemble des acteurs travaillant à faire la promotion du sport à tous les niveaux devraient promouvoir de bonnes habitudes alimentaires ou, du moins, cesser de donner la vedette à la malbouffe, le cas échéant », conclut madame Voyer.

À propos de la Coalition québécoise sur la problématique du poids

Créée en 2006 et parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec depuis 2008, la Coalition québécoise sur la problématique du poids réunit plus de 360 partenaires qui visent l'adoption de politiques publiques spécifiques à l'égard des problèmes reliés au poids. Elle agit pour favoriser la mise en place d'environnements facilitant les choix santé et la prévention des problèmes de poids. Pour plus de détails, cqpp.qc.ca.

– 30 –

Pour toute demande d'entrevue, contactez :

Corinne Voyer

Directrice, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 242

Cellulaire : 514 566-4605

cvoyer@cqpp.qc.ca