

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Coca-Cola récupère les tactiques de l'industrie du tabac

Montréal, le 30 octobre 2013 – Alors que, jeudi matin, Coca-Cola affirmera à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain qu'il est « un acteur incontournable dans la lutte à l'obésité », la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) dénonce l'utilisation de tactiques récupérées à l'industrie du tabac pour retarder la mise en place de politiques de santé publique à l'égard du problème de surconsommation des boissons sucrées.

Après sa vaste campagne médiatique exposant ses « efforts » pour renverser l'épidémie d'obésité, Coca-Cola en ajoute en prétendant être « un chef de file dans la lutte contre l'obésité ». Or, les initiatives de Coca-Cola pour « agir contre l'obésité au Canada et au Québec » sont futiles par rapport aux efforts colossaux de l'entreprise pour promouvoir massivement ses boissons sucrées, notamment auprès des jeunes. « Le rôle de Coca-Cola dans l'épidémie d'obésité n'est certes pas celui qui est prétendu par l'entreprise. Il ne faut pas être dupe face aux tactiques de séduction et de désinformation de Coca-Cola, tout comme on ne se tournerait pas vers l'industrie du tabac pour la prévention du cancer du poumon », prévient Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids.

Plusieurs acteurs de la communauté médicale sont également très critiques devant la prétention de Coca-Cola. Dr. Michel Carrier, chirurgien cardiaque à l'Institut de Cardiologie de Montréal et président de Médecins Francophones du Canada, Dr. Martin Juneau, cardiologue et directeur de la prévention à l'Institut de Cardiologie de Montréal, et Dr. Paul Poirier, cardiologue, président du comité de prévention de l'Association des Cardiologues du Québec et directeur médical du Pavillon de prévention des maladies cardiaques de l'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec ajoutent notamment que « non seulement les boissons sucrées ont un impact néfaste bien documenté sur l'obésité, mais elles contribuent aussi au développement de plusieurs maladies chroniques telles que le diabète de type 2, les maladies cardiovasculaires, les problèmes de santé dentaire et certains cancers. L'impact de la surconsommation des boissons sucrées est beaucoup plus large que le laisse croire Coca-Cola ».

De plus, tout comme l'avait fait l'industrie du tabac, Coca-Cola profite de la fragilité économique d'organismes et de fondations œuvrant noblement en faveur de saines habitudes de vie afin de redorer leur image de marque alors que les boissons sucrées sont pointées du doigt comme un contributeur important dans cette crise mondiale qu'est l'épidémie d'obésité. « En commanditant divers organismes de santé, Coca-Cola s'achète une crédibilité qu'elle n'a pas en matière de prévention de l'obésité. Il est déplorable que le sous-financement de certains organismes aux actions louables les contraigne à prioriser la survie de leur organisation », souligne Mme Voyer. En somme, la Coalition Poids appelle à la vigilance devant l'arsenal de mesures employées par Coca-Cola dans sa grande séduction.

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 vise 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 www.cgpp.qc.ca.

– 30 –

Source :

Corinne Voyer

Directrice, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 242

Cellulaire : 514-566-4605

cvoyer@cgpp.qc.ca