

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Les Jeux olympiques : de célèbres anneaux qui valent leur pesant d'or pour l'industrie de la malbouffe

Montréal, le 8 février 2014 – Alors que viennent de s'ouvrir les Jeux olympiques d'hiver de Sotchi, la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) déplore l'association incohérente et pernicieuse entre sport et malbouffe. Elle tient à rappeler que le marketing alimentaire important de la malbouffe est considéré comme l'une des causes de l'épidémie d'obésité.

« 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. Cette stratégie de marketing renforce le lien affectif entre la malbouffe et le consommateur, en plus d'offrir à ces produits une certaine aura santé liée au style de vie des athlètes », explique Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids

En tant que partenaires internationaux des Jeux olympiques, *Coca-Cola* et *McDonald's* bénéficient d'une visibilité hors du commun. Aussi, l'équipe olympique canadienne compte, parmi ses « supporters officiels », plusieurs marques de biscuits (Oreo, Ritz, Feuille d'érable) et de céréales sucrées (Lucky Charms, Reese Puff, Cheerios au chocolat), des aliments ayant une faible valeur nutritive, en plus d'être riches en sucre, en gras et en sel. Dès lors, ces aliments qui devraient être consommés occasionnellement profitent d'emballages attrayants qui réfèrent aux performances olympiques et d'un placement de choix dans plusieurs commerces, contribuant à mousser leurs ventes.

La mise en valeur de la malbouffe est contraire aux principes olympiques

Bien que ce fait soit peu connu, la Charte olympique stipule que « l'association sous quelque forme que ce soit entre un emblème olympique et des produits [...] est interdite si cette association est incompatible avec les principes fondamentaux de l'olympisme ». Le Comité olympique canadien, responsable du contrôle de l'emblème olympique national, pourrait ainsi fermer la porte à la malbouffe en vertu des « principes fondamentaux de l'olympisme » et prendre un virage plus harmonieux avec l'esprit olympique, qui ferait briller le Canada au-delà de ses médailles.

Il serait plus sensé que les Jeux olympiques promeuvent la saine alimentation selon la Coalition Poids. « L'épidémie d'obésité est un problème d'envergure internationale. Il serait temps que le Mouvement olympique et ses partenaires, travaillant déjà à faire la promotion du sport, fassent davantage pour promouvoir de bonnes habitudes alimentaires, ou du moins pour ne pas donner la vedette à la malbouffe », 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 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