

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Max 67 : McDonald's récidive avec une association incohérente de malbouffe et sport

Montréal, le 20 mars 2015 – La Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) dénonce la récidive marketing des Restaurants McDonald's Canada au sujet d'un nouveau hamburger hyper calorique promu par le joueur de hockey Max Pacioretty. Cette association avec l'athlète du Canadien de Montréal est nuisible pour la santé de nos jeunes et envoie un message contradictoire en termes de saine alimentation et de mode de vie sain auquel ils sont particulièrement sensibles. Rappelons qu'il ne s'agit pas d'une première pour la multinationale, qui a fait la promotion des hamburgers Gallagher et Brière l'an dernier.

« Utiliser un athlète pour faire la promotion de malbouffe envoie un message incohérent et nuisible qui banalise le rôle d'une saine alimentation », observe Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids. Une telle association confère un halo santé trompeur au produit en sous-entendant que sa consommation n'a pas d'impact sur la santé et la performance physique. « La publicité alliant sport et malbouffe influence les comportements d'achat et de consommation, ainsi que les préférences alimentaires et ce, surtout chez les jeunes garçons », ajoute Mme Voyer. Ces tactiques publicitaires contribuent à la problématique de surpoids et d'obésité qui sévit actuellement au Québec et ampute plus de 1,5 milliard de dollars par année au système de santé.

L'impact de ces stratégies marketing sur l'alimentation des jeunes est bien connu. En 2011, une étude a démontré que les parents sont au moins deux fois plus susceptibles d'acheter de la malbouffe si elle est endossée par une vedette sportive. Une autre étude de 2013 a également démontré que ces publicités sont particulièrement efficaces pour attirer l'attention des préadolescents, surtout les garçons.

« Sachant que le marketing intensif d'aliments à haute teneur énergétique favorise le développement de l'obésité et que les jeunes y sont particulièrement sensibles, ces pratiques publicitaires doivent cesser », conclut Corinne 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 dans le cadre de trois secteurs stratégiques (agroalimentaire, socioculturel et environnement bâti) pour favoriser la mise en place d'environnements facilitant les choix santé et la prévention des problèmes de poids. Pour plus de détails www.cqpp.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@cqpp.qc.ca